



Hantering av turismens miljöpåverkan i destinationen Sveaborg

Mia Halmén

Examensarbete

Turism

2012

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Turism
Identifikationsnummer:	3645
Författare:	Mia Halmén
Arbetets namn:	Hantering av turismens miljöpåverkan i destinationen Sveaborg
Handledare (Arcada):	Susanna Fabricius
Uppdragsgivare:	Förvaltningsämnden för Sveaborg
<p>Sammandrag:</p> <p>Sveaborg är en historisk sjöfästing i Helsingfors, och hör till Finlands mest besökta turistattraktioner. Turismverksamheten i destinationen utvecklas och koordineras av Förvaltningsnämnden för Sveaborg, och i destinationens miljöplan nämns att Förvaltningsnämnden för Sveaborg strävar efter att befrämja hållbar turism. Hållbar turism delas ofta in i tre dimensioner; ekonomisk hållbarhet, sociokulturell hållbarhet och miljömässig hållbarhet. För att en destination skall vara miljömässigt hållbar måste man minimera på de negativa miljöeffekterna som turismen orsakar. Detta kan ske genom Environmental Management, Visitor Management, utveckling av tjänster samt genom att bidra till bättre miljökunskap bland de anställda och besökarna. Syftet med detta arbete är att karlägga vad besökarna samt Förvaltningsnämnden för Sveaborg kan, bör och är färdiga att göra för att Sveaborg i framtiden skulle vara miljömässigt så hållbar destination som möjligt. En strukturerad kvantitativ undersökning utfördes där besökarna fick berätta om deras besök till Sveaborg, och ta ställning till hur Sveaborg kunde bli en miljövänligare destination, vad besökarna själv skulle vara färdiga att göra, samt hur deras reseupplevelse skulle påverkas ifall olika sätt att hantera turismens negativa miljöpåverkan skulle utövas på Sveaborg. I resultaten visade sig att mera information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt efterfrågades, såsom bättre sorteringsfaciliteter. Respondenterna förhöll sig däremot rätt så negativt till olika begränsningar. Man måste ändå komma ihåg att ingen vill besöka destinationer där miljön är nedsmutsad och förstörd, och därför måste man i god tid vidta åtgärder för att skydda miljön. I arbetet presenteras och diskuteras flera olika sätt att hantera turismens negativa miljöpåverkan, och hur dessa sätt kunde tillämpas på Sveaborg, men det är Förvaltningsnämnden för Sveaborg som själv måste välja vilka åtgärder som passar in i deras vision och ideologi.</p>	
Nyckelord:	Hållbar turism, miljömässig hållbarhet, miljöpåverkan, Environmental Management, Visitor Management
Sidantal:	83
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	26.3.2012

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Tourism
Identification number:	3645
Author:	Mia Halmén
Title:	Managing environmental impacts of tourism in the destination Suomenlinna
Supervisor (Arcada):	Susanna Fabricius
Commissioned by:	The Governing body of Suomenlinna
<p>Abstract:</p> <p>The historical Suomenlinna Sea Fortress in Helsinki is one of the most popular attractions in Finland. The tourism business is developed and coordinated by the Governing Body of Suomenlinna, and in their environment plan it is written that the destination strives to promote sustainable tourism. Sustainable tourism can be divided into three dimensions; economical sustainability, socio-cultural sustainability and environmental sustainability. To be an environmentally sustainable destination, you have to minimize all the negative effects of tourism. This can be done by Environmental Management, Visitor Management, by developing services and facilities for visitors and by increasing environmental awareness among both employees and visitors. The aim of this study is to chart what the visitors and the Governing Body of Suomenlinna can, should and are ready to do to make Suomenlinna as environmentally sustainable destination as possible in the future. A structured quantitative survey was conducted in which visitors told about their visit to Suomenlinna, and their visions on how could be an environmentally friendly destination. We also wanted to know what the visitors their selves would be ready to do, and how their travel experience would be affected if different ways of dealing with tourism's negative environmental impacts would be exerted on Suomenlinna. The results showed that more information on how to visit Suomenlinna environment friendly was requested, such as better sorting facilities. The respondents had on the other hand quite negative attitudes towards various limitations. One should nevertheless remember that no one wants to visit destinations where the environment is polluted and destroyed, and therefore one must take timely action to protect the environment. This work presents and discusses several ways to manage tourism's negative environmental impact, but it is the Governing Body of Suomenlinna, who is to choose the actions that fit into their vision and ideology.</p>	
Keywords:	Sustainable tourism, environmental impact, Visitor Management, Environmental Management
Number of pages:	83
Language:	Swedish
Date of acceptance:	26.3.2012

OPINNÄYTE	
Arcada	
Koulutusohjelma:	Matkailu
Tunnistenumero:	3645
Tekijä:	Mia Halmén
Työn nimi:	Matkailun aiheuttamien ympäristövaikutusten hallinta Suomenlinnassa
Työn ohjaaja (Arcada):	Susanna Fabricius
Toimeksiantaja:	Suomenlinnan hoitokunta
<p>Tiivistelmä:</p> <p>Suomenlinna on historiallinen merilinnoitus Helsingissä, ja yksi Suomen suosituimmista käyntikohteista. Matkailuelinkeinoa kohteessa kehittää ja koordinoi Suomenlinnan Hoitokunta, ja kohteen ympäristösuunnitelmassa mainitaan että Suomenlinnan Hoitokunnan tavoitteena on edistää kestävä matkailua. Kestävä matkailu jaetaan usein kolmeen eri osa-alueeseen, jotka ovat taloudellinen kestävyys, sosiokulttuurinen kestävyys ja ekologinen kestävyys. Jotta matkakohde olisi ekologisesti kestävä, tulee matkailun aiheuttamat negatiiviset ympäristövaikutukset pyrkiä minimoimaan. Tämä voi tapahtua muun muassa Environment Managementin tai Visitor Managementin muodossa. Kävijöille tulee myös tarjota puitteet toimia ympäristöystävällisesti, ja sekä työntekijöiden että kävijöiden ympäristötietoisuutta tulee lisätä. Työn tavoitteena on kartoittaa mitä kävijät ja Suomenlinnan Hoitokunta voivat ja ovat valmiita tekemään jotta matkailu Suomenlinnassa olisi tulevaisuudessa mahdollisimman ekologisesti kestävä. Tavoitteen saavuttamiseksi käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, jossa selvitettiin kävijöiden toimintatapoja vierailuun liittyen, ideoita ympäristöystävällisempään matkailutoimintaan sekä halukkuutta toimia ympäristöystävällisesti vierailun aikana. Kävijät saivat myös ottaa kantaa siihen, miten heidän vierailuelämykseen vaikuttaisi jos erilaisia kävijähallintaan liittyviä toimintamalleja toteutettaisiin Suomenlinnassa. Tulokset kertoivat että enemmän tietoa siitä miten Suomenlinnassa vieraillaan ympäristöystävällisesti toivottiin, samoin parempia lajittelumahdollisuuksia. Erilaisiin, kävijähallintaan liittyviin, rajoituksiin suhtauduttiin puolestaan negatiivisesti. On silti muistettava että kohde menettää nopeasti arvonsa jos ympäristö vahingoittuu, ja näin ollen ympäristönsuojeluun tulee panostaa hyvissä ajoin. Raportissa esitellään useita eri tapoja hallita matkailun aiheuttamia ympäristövaikutuksia ja pohditaan niiden sopivuutta Suomenlinnaan, mutta Suomenlinnan Hoitokunnan on lopulta itse valittava mitkä toimintamallit parhaiten sopivat kohteen visioon ja ideologiaan.</p>	
Avainsanat:	Kestävä matkailu, matkailun ympäristövaikutukset, Visitor Management, Environmental Management
Sivumäärä:	83
Kieli:	Ruotsi
Hyväksymispäivämäärä:	26.3.2012

INNEHÅLL

1	INLEDNING	9
1.1	Problemområde	10
1.2	Syfte	10
1.3	Avgränsning.....	11
1.4	Metod.....	12
1.5	Begrepp och definitioner	12
2	HANTERING AV TURISMENS MILJÖPÅVERKAN	14
2.1	Turismens miljöpåverkan	17
2.2	Sätt att hantera turismens miljöpåverkan	19
2.2.1	<i>Visitor Management</i>	20
2.2.2	<i>Att ändra på kundbeteendet genom informationsspridning</i>	21
2.2.3	<i>Environmental Management</i>	22
2.2.4	<i>UNESCO som stöd och vägledare</i>	24
2.2.5	<i>Vad kan turisten själv göra?</i>	25
3	SAMMANFATTNING.....	29
4	METODDISKUSSION.....	31
4.1	Val av metod.....	33
4.2	Frågeguide	34
4.3	Respondenter och genomförande	35
4.4	Nuläge på Sveaborg.....	35
5	RESULTATREDOVISNING	39
5.1	Bakgrundsinformation om respondenterna	39
5.2	Informationssökning	42
5.3	Säsongbundenhet	48
5.4	Sortering	49
5.5	Visitor Management.....	53
5.6	Sveaborg som en hållbar destination	58
6	DISKUSSION	62
6.1	Information och vägledning för besökaren	63
6.2	Visitor Management.....	66
6.3	Faciliteter för besökaren	71
6.4	Konklusion	74
7	AVSLUTNING	76

7.1	Reliabilitet och validitet	76
7.2	Fortsatt forskning	79
7.3	Slutord	79
8	KÄLLOR.....	81

Figurer

Figur 1 Målsättningar för hållbar turism (Hall 2000: 14).....	16
Figur 2 Stapeldiagram för respondenternas huvudsakliga orsak till besöket till Sveaborg.	40
Figur 3 Stapeldiagram för antalet tidigare besök till Sveaborg	41
Figur 4 Stapeldiagram för hur länge respondenterna vistades på Sveaborg	42
Figur 5 Stapeldiagram över de finskspråkiga respondenternas uppfattning om information om att besöka Sveaborg miljövänligt.	44
Figur 6 Stapeldiagram över de engelskspråkiga respondenternas uppfattning om information om att besöka Sveaborg miljövänligt.	45
Figur 7 Cirkeldiagram som presenterar resultaten till frågan gällande sorteringsmöjligheter på Sveaborg.	50
Figur 8 Cirkeldiagram som presenterar resultaten till frågan gällande respondenternas vilja att sortera sitt avfall på Sveaborg.	51
Figur 9 Cirkeldiagram som presenterar svaren till frågan gällande respondenternas vilja att bära med sitt avfall till Salutorget, ifall där fanns sorteringskärl	52
Figur 10 Ett stapeldiagram som presenterar hur respondenterna ställer sig till påståendet om att Sveaborg satsar på miljövänlighet.	58

Tabeller

Tabell 1 Besökarantal enligt säsong år 2011 (Förvaltningsnämnden för Sveaborg, 2012)	38
Tabell 2 Korstabell över informationssökning jämfört med vilket språk enkäten svarades på. Procenten i tabellen är baserade på 130 respondenter	43
Tabell 3 Korstabell som jämför var respondenterna sökte upp förhandsinformation om destinationen med frågan ifall information om att besöka Sveaborg miljövänligt fanns tillgängligt. Procenten i tabellen baserar sig på 130 respondenter.	46
Tabell 4 Korstabell som jämför informationssökning med antalet tidigare besök. Procenten i tabellen baserar sig på 130 respondenter.	48
Tabell 5 Korstabell om säsongbundenhet jämfört med finländare och utlänningar. Procenten baserar sig på 132 respondenter.	49

Tabell 6 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall besökarmängden på Sveaborg skulle begränsas, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.	54
Tabell 7 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.....	55
Tabell 8 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.....	56
Tabell 9 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall besökarna fick vistas på Sveaborg en begränsad tid på dygnet, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.	57
Tabell 10 Korstabell om respondenterna, som upplevt att Sveaborg inte satsar på miljövänlighet eller inte hade någon åsikt, upplevde att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt.....	59

1 INLEDNING

Sveaborg är en historisk sjöfästing i Helsingfors skärgård och består sammanlagt av åtta öar. Samtidigt som Sveaborg fungerar som en statsdel i Helsingfors med cirka 900 invånare, är ön även en av Finlands mest besökta turistattraktioner. Sveaborg togs med på UNESCOs världsarvslista 1991. Den livligaste turismsäsongen utspelar sig under sommarmånaderna då ön grönskar, havet glittrar och flera olika museer och caféer öppnar sina dörrar. För att både turisterna och lokalbefolkningen skulle ha möjlighet att även i framtiden njuta av Sveaborgs natursköna miljö och fascinerande kulturarv, är det viktigt att man lägger märke till hållbarheten. Hållbar turism delas ofta in i tre dimensioner; ekonomisk hållbarhet, social hållbarhet och miljömässig hållbarhet. Turismen påverkar alltid den miljö man besöker, men det är möjligt att minska på de negativa följderna som turismen orsakar. Det gäller att ständigt undersöka och vara medveten om turismens effekter, och att i samarbete med alla intressenter jobba för en mer hållbar framtid. I detta arbete kommer tyngdpunkten att ligga på den miljömässiga dimensionen av hållbarhet. Jag kommer att undersöka hur man kunde minska på turismens negativa miljöpåverkan samt utveckla turismen på Sveaborg till att vara mer miljömässigt hållbart.

Som uppdragsgivare för denna undersökning fungerar Förvaltningsnämnden för Sveaborg. Detta statliga ämbetsverk har ett omfattande verksamhetsområde, av vilket utveckling och koordinering av turismverksamheten är en central del. (Förvaltningsnämnden för Sveaborg 2011) Som handledare från uppdragsgivarens sida fungerar Förvaltningsnämndens turismkoordinator Milla Öystilä.

Enligt Sveaborgs förvaltningsnämnds miljöplan för åren 2010-2014 strävar förvaltningsnämnden efter att befrämja hållbar turism. Detta bör ske genom Visitor Management, utveckling av tjänster samt genom att bidra till bättre miljökännedom bland de anställda, turisterna samt övriga intressenter. Som största utmaningar gällande hållbarheten inom turismen på Sveaborg nämns bland annat avfallshantering och erosion. (Valkeisenmäki 2010: 17-21)

1.1 Problemområde

Sveaborg hör till Finlands mest besökta turistattraktioner, och hade år 2011 dryga 770 000 besökaren. Destinationen präglas dock av stark säsongbundenhet och vimlar av turister under sommarmånaderna, medan besökarantalet är betydligt mycket mindre under vinterhalvåret. Det att stora folkmassor besöker en destination under en kort period är alltid en utmaning med tanke på hållbarheten i destinationen. Turismen påverkar alltid den naturmiljön, ekonomiska miljön och den sociokulturella miljön man reser till. Ju mera turisterna är desto större är miljöeffekterna. Med fungerande Visitor Management och Environmental Management är det ändå möjligt att minska på turismens miljöeffekter. En stor del av ansvaret ligger hos tjänsteleverantörerna, men även besökarna måste vara medvetna om, och villiga att samarbeta för att minska på turismens negativa följder.

För att Sveaborg i framtiden kan bli en mer miljömedveten destination bör man kartlägga noggrant hurdana miljöeffekter turismen på Sveaborg har och hur man kunde minimera negativa följderna. För att kunna uppnå miljömässig hållbarhet inom turismbranschen på Sveaborg bör både turisterna och Förvaltningsnämnden för Sveaborg vara involverade i arbetet. I miljöplanen för Förvaltningsnämnden för Sveaborg nämns att Förvaltningsnämnden strävar efter att befrämja hållbar turism i destinationen. I detta arbete kommer jag att kartlägga hur den miljörelaterade dimensionen av hållbarhet kunde förverkligas i praktiken. Hur får man besökarna att bete sig miljömässigt hållbart? Vad är besökarna färdiga att göra? Hur bör Förvaltningsnämnden för Sveaborg styra besökarna och hurdana faciliteter bör erbjudas?

1.2 Syfte

Syftet med detta arbete är att kartlägga vad besökarna samt Förvaltningsnämnden för Sveaborg kan, bör och är färdiga att göra för att Sveaborg i framtiden skulle vara miljömässigt så hållbar destination som möjligt. Det gäller med andra ord att kartlägga hur man kunde minimera på de negativa miljöeffekterna som besökarna på Sveaborg orsakar. Delsyftet är att, tillsammans med Förvaltningsnämnden för Sveaborg, kartlägga nu-

läget på Sveaborg, och få reda på hurdana miljöeffekter turismen på Sveaborg i allmänhet har.

1.3 Avgränsning

Stark säsongbundenhet är ett hot mot miljön, speciellt i destinationer där både den uppbyggda och naturliga miljön är känslig. Sveaborgs livligaste säsongtid är sommarmånaderna och den riktiga högsäsongen utspelar sig under juli månaden. Då är det naturligt att de mesta miljöeffekterna även utspelar sig då. Denna undersökning kommer att koncentrera sig på de miljöeffekter som orsakas under högsäsongen.

För att en destination skall vara så hållbar som möjligt bör alla intressenter, så väl som resenärerna själv, delta i arbetet. John Swarbrooke har delat in aktörerna inom hållbar turism i sex kategorier. Dessa är den offentliga sektorn, turismindustrin, volontärsektorn, värd samhället, media samt själva turisten. (2004: 85) På Sveaborg fungerar ett trettiotal olika turismrelaterade småföretag och föreningar (Suomenlinnan hoitokunta, 2011), som alla är ansvariga för de miljöeffekter som turismen hämtar med sig. I denna forskning begränsas dock undersökningen till att gälla enbart den offentliga sektorn samt turisten själv. I arbetet kommer med andra ord att kartläggas de miljöeffekter som besökarna orsakar, och vad besökarna själv, samt Förvaltningsnämnden för Sveaborg kan göra för att minimera dessa negativa följder. Övriga tjänsteleverantörers ansvar beaktas inte.

Hållbar utveckling, precis som hållbar turism delas ofta in i tre dimensioner. Dessa är den miljöbetingade, den sociokulturella och den ekonomiska dimensionen. (Swarbrooke 2004: 49-82) I denna undersökning kommer tyngdpunkten att vara på den miljöbetingade dimensionen. Jag kommer med andra ord att koncentrera mig på de miljöeffekter som turismen på Sveaborg har, utan att gå djupare in på de sociokulturella och ekonomiska aspekterna. Man bör dock komma ihåg att hållbar utveckling enbart kan nås genom god balans mellan alla ovannämnda dimensioner, och detta kommer jag att ta i beaktande under hela arbetsprocessen.

1.4 Metod

Forskningen kommer att påbörjas i form av en skrivbordsundersökning om vad hållbar turism innebär och hurdana miljöeffekter turismen i allmänhet kan ha. Jag kommer även att genom skrivbordsundersökning kartlägga möjligheter att hantera turismens negativa miljöpåverkan.

Eftersom en väsentlig del av arbetet är att kartlägga besökarnas möjligheter och färdighet att minska på turismens negativa miljöeffekter, kommer en kvantitativ undersökning att utföras i form av en enkät. Där frågas bland annat vad besökarna skulle vara villiga och färdiga att göra för att turismen på Sveaborg kunde bli så miljömässigt hållbart som möjligt. Undersökningen utförs på HRT-färjan samt JT-Line vattenbussen under juli 2011.

1.5 Begrepp och definitioner

Ord som hållbart, ekologiskt, miljövänligt, grönt, eko- och miljö, har antagligen lika många tolkningar som det finns läsaren. För att undvika större missförstånd presenteras till följande kort de centrala begreppen jag kommer att använda i denna undersökning.

Med *hållbarhet* anser jag verksamhet som gynnar omgivningen ekonomiskt, miljömässigt och sociokulturellt. Närmare definitioner om hållbar utveckling och hållbar turism finns i påföljande kapitlet, där man går även noggrannare in på de tre olika dimensionerna som hållbarhet bygger på.

Begreppet *ekologisk* och *ekologi* är svåra begrepp på grund av dess många olika betydelser. Ekologi är egentligen en vetenskapsform som studerar rikedom och fördelning av organismer samt interaktion som avgör dessa. Förutom organismer och populationer i den vilda naturen omfattar vetenskapsformen även miljöer med mänsklig påverkan så som planterade skogar, odlade åkrar och naturreservat. (Begon, Townsend, Harper 2006: xi-xii) Vetenskapen studerar inte den byggda miljön, till exempel städer. Eftersom denna undersökning studerar både den byggda och naturliga miljön kommer ordet *ekologi* att undvikas.

Även begreppet *miljö* kan tolkas på många olika sätt. John Flecher har delat upp begreppet i naturmiljö och byggd miljö.(1993: 167-168) Samma fördelning kommer att tillämpas även i denna undersökning. Eftersom tyngdpunkten i denna undersökning ligger i den miljöbetingade dimensionen av hållbar turism, kommer varken den ekonomiska eller den sociokulturella miljön att desto mera behandlas.

Begrepp förknippade med turism kan även tolkas på många olika sätt. Enligt statistikcentralens definitioner är en turist en person som övernattar minst en natt i destinationen, antingen avgiftsbelagt på till exempel hotell, eller avgiftsfritt hos bekanta. (Statistikcentralen 2011) På Sveaborg finns ett hotell, Hostel Suomenlinna, samt en gästhamn, men absolut största delen av besökarna övernattar inte i destinationen. Enligt statistikcentralen beaktas dessa då som dagsturister eller dagsbesökaren. I denna undersökning kommer jag dock inte att skilja på dagsturister och ”vanliga” turister. Då jag talar om personer som besökt Sveaborg använder jag begreppet *besökare*. Begreppet *turist* används då jag refererar eller hänvisar till litteratur eller tidigare forskningar. Detta eftersom jag i undersökningen tillämpar teorier som tangerar hållbar turism i allmänhet, och begreppet turist används i ursprungskällorna.

2 HANTERING AV TURISMENS MILJÖPÅVERKAN

Då man idag talar om turismen och dess utveckling, är hållbarhet ett av de mest centrala begreppen. Detta kapitel inleds med en kartläggning över begreppet hållbar utveckling, och därefter går det noggrannare in på vad hållbar turism egentligen innebär. Eftersom detta arbete är en forskning inom hantering av turismens miljöpåverkan, kommer tyngdpunkten att ligga på den miljörelaterade dimensionen av hållbarhet.

Begreppet *hållbar utveckling* har otaligt många definitioner och även fler olika tolkningar. Det rådande ”hållbara tänkandet” har sitt ursprung på 1800-talet, då oron för vår planet för första gången visade formella täcken. Då grundades världens första nationalparker, så som Yellowstone National Park i USA år 1872, samt skyddsföreningar, så som Royal Society for the Protection of Birds i Stor Britanien 1889. Detta fortsatte sedan på 1900-talet, och 1960-talet kan ses som ett katalytiskt årtionde gällande oron för vår planet och hållbara värden. (Fletcher, 2008: 215) Den första egentliga definitionen på hållbar utveckling utformades under Förenta Nationernas Bruntlands kommission år 1987. Enligt Bruntlandsrapporten är hållbar utveckling en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov. Senare har flera olika definitioner på hållbarhet uppkommit, såväl som kritik mot gamla definitioner. (Fletcher, 2008: 216)

Finska miljöministeriet har delat begreppet *hållbar utveckling* i tre delar eller kategorier. Dessa är ekologisk hållbarhet, sociokulturell hållbarhet och ekonomisk hållbarhet. Ekologisk hållbarhet innebär att man sparar och skyddar biodiversiteten och ekosystemens funktion, och anpassar människornas ekonomiska och materiella verksamhet till naturens bärkraft. De viktigaste principerna gällande ekologisk hållbarhet är aktsamhet samt förebyggande av- och bekämpande mot miljöskador. Innan man vidtar åtgärder för att skydda miljön bör dock riskerna, nackdelarna och kostnaderna kartläggas. Det centrala inom sociokulturell hållbarhet är att garantera förutsättningarna för välbefinnande från generation till generation. Globala utmaningar gällande sociokulturell hållbarhet är bland annat befolkningstillväxt, mat- och hälsovård, jämlikhet och utbildning.

Ekonomisk hållbarhet innebär i korthet balanserad ekonomisk uppväxt som inte bygger på långfristiga skulder eller förstörande av reserver/resurser. (Miljöministeriet 2011)

All form av produktion och konsumtion har sina följder och effekter på omgivningen, och därmed bör hållbar utveckling omfatta alla former av aktiviteter. Turismnäringen speciellt bör ta den miljörelaterade hållbarheten i beaktande, eftersom både produktionen och konsumtionen av turismprodukter har en tendens att utspela sig i trakter där både den naturliga och uppbyggda miljön är ömtålig. Som exempel kan nämnas natursköna landskap, kustområden och olika byggnadsminnen. (Fletcher, 2008: 216)

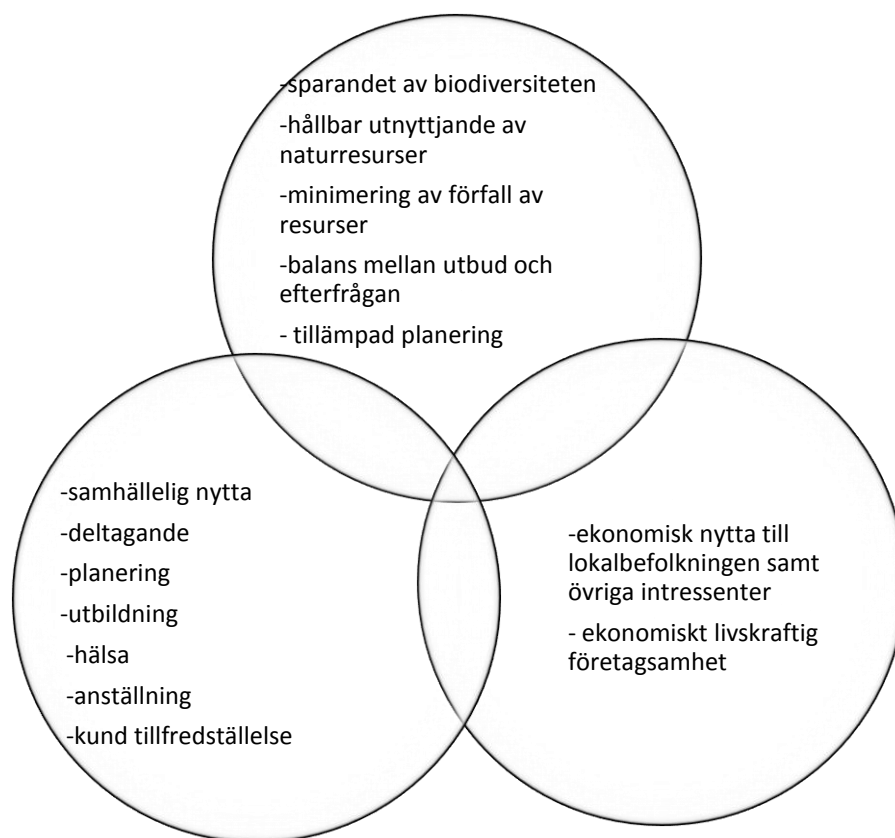
World Tourism Organization (UNWTO) har använt Bruntlands definition på hållbar utveckling (1987) som grund för definitionen på hållbar turism. Enligt UNWTO tillgodoser hållbar turism behoven av dagens turister och värd destinationen, samtidigt som man skyddar och förbättrar framtida möjligheter för turism. Det handlar om att leda resurser så att ekonomiska, sociala och estetiska behov kan tillgodoses samtidigt som man bevarar kulturell integritet, väsentliga ekologiska processer, biologisk diversitet och livsuppehållande system. (Fletcher, 2008: 218) Forststyrelsen definierar hållbar turism på ett motsvarande sätt. Forststyrelsen tillägger även att trycket på miljön som orsakas av turismen bör inte överskrida bärkraften av miljön varken idag eller i framtiden. (Forststyrelsen 2010) Precis som hållbar utveckling, finns det även flera definitioner på hållbar turism. De mest relevanta poängen som återkommer i alla olika definitionerna lär ändå vara beaktandet av långskiktig ekonomisk, miljömässig, sociokulturell och politisk välmående för alla intressenter, och det faktum att alla intressenter bör delta i arbetet för att uppnå dessa mål. (Fletcher, 2008: 218-219)

Colin Michael Hall har delat upp målsättningarna inom hållbar turism i tre olika kategorier. Dessa kategorier är sociala, ekonomiska och miljörelaterade målsättningar. (Figur 1) Som sociala målsättningar tas upp samhällelig nytta, deltagande, planering, utbildning, hälsa, anställning samt kund tillfredsställelse, medan de ekonomiska målsättningar-

na inom hållbar turism är att skapa ekonomisk nytta till lokalbefolkningen samt övriga intressenter. Man bör även sträva efter ekonomiskt livskraftig företagsamhet.

Högst upp i figur 1 presenteras de miljörelaterade målsättningarna för hållbar turism som med tanke på detta arbete kan de ses som de mest väsentliga. Dessa är sparandet av biodiversiteten, hållbar utnyttjande av naturresurser, minimering av förfall av resurser, balans mellan utbud och efterfrågan samt tillämpad planering. För att turismverksamhet skall vara så hållbart som möjligt bör alla ovannämnda aspekter i alla tre kategorier uppfyllas.

MILJÖRELATERADE MÅLSÄTTNINGAR



SOCIALA MÅLSÄTTNINGAR

EKONOMISKA MÅLSÄTTNINGAR

Figur 1 Målsättningar för hållbar turism (Hall 2000: 14)

2.1 Turismens miljöpåverkan

Miljön är alltid en väsentlig del av en turismprodukt. Oberoende om miljön är naturlig, som till exempel ett naturskyddsområde, eller byggd, som till exempel en stad, spelar omgivningen en stor roll med tanke på turismupplevelsen. Samtidigt som miljön påverkar turismprodukten, påverkar turismen miljön. (Fletcher, 2008: 161-162) All form av turism- och rekreationsaktiviteter har sina effekter både på naturmiljön och den uppbyggda miljön. (Pedersen 2002: 30)

Turismen har en stor påverkan på naturmiljön i destinationerna. För det första kan turismen förorsaka förändringar i flora och fauna. Detta omfattar bland annat störningar i djurens och växternas förökning, avlivning av djur på grund av jakt eller för att tillverka souvenir-varor, orsakande av emigration/ immigration av djur, samt förstöring av vegetation. (Fletcher 2008: 167) I värsta fall kan turismen orsaka förlust i den naturliga biodiversiteten i destinationen. (Hall 2008: 29)

Turismen orsakar ofta både lokala och globala föroreningar. Föroreningarna kan ytterligare delas in i vatten-, luft-, ljud-, och estetiska föroreningar. Vattnet kan förorenas bland annat av utsläpp av avloppsvatten eller olje-/ bensinutsläpp (Fletcher 2008: 167). Det kan vara svårt att avgöra i vilken utsträckning vattenföroreningarna är orsakade av turismen men dessa föroreningar kan dock minimeras med hjälp av fungerande infrastruktur. Luften förorenas i allmänhet på grund av fordon, av vilka bil- och flygtransport förorenar luften mest. Luftföroreningarna hör i allra högsta grad till globala föroreningar eftersom utsläpp av bland annat koldioxid påskyndar klimatförändringen. Transport och andra turismaktiviteter kan även orsaka ljudföroreningar så som buller. Som estetiska föroreningar räknas bland annat avfall som turisterna lämnar efter sig. (Holden 2000: 92-95)

Erosion är ett allvarligt hot mot naturmiljön. Då marken trampas ihop till följd av stora folkmassor ökar även ytvattenavrinningen, som i sin tur leder till ytterligare erosion.

Erosion ökar på risken till jordskred och laviner och kan förstöra viktiga geologiska processer. Turismen utarmar även naturresurser som yt- och grundvatten samt fossila bränslen.

Turismen påverkar även den byggda miljön i allra högsta grad. För det första bör man bemärka att turismen ändrar den byggda miljön eftersom det byggs faciliteter för turisternas behov så som hotell och restauranger. Den miljön som byggs upp för turister kan dessutom stå i kontrast till den lokala miljön. Turismen ändrar även på infrastrukturen i destinationer i och med att nya vägar, järnvägar, parkeringsplatser, avfallshanteringssystem samt el- och vattenledningar byggs upp. (Flecher 2008: 168)

Turismen kan även ha en negativ påverkan visuellt. Speciellt i natursköna områden kan nybyggda turistfaciliteter förstöra landskapet. Även i områden med urban karaktär kan arkitekturen till exempel hos moderna hotell strida mot den gamla och traditionella arkitekturen. Då man utvecklar turismdestinationer strävar man ofta efter att maximera inkomsterna, utan att lägga märke till estetiken (Holden 2000: 96). Själva turisterna kan också ses som visuella distraktioner ifall de finns massvis och sticker ut ur lokalbefolkningen och deras livsstil. (Flecher 2008: 168)

Turismnäringen är, som tidigare konstaterat, nära förknippad till klimatförändringen eftersom turism innebär förflyttning av människor till olika destinationer, inkvartering samt olika aktiviteter och servicetjänster som alla orsakar utsläpp och har i allmänhet en relativt stor miljöpåverkan. För att minska på utsläppen som orsakas av turismnäringen bör man minska på energianvändningen bland annat genom att ändra på resevanor, förbättra på energieffektiviteten och öka på användningen av förnybara energikällor. Även klimatkompensationsstrategier, skatter och incitament kan vara till hjälp. Ny teknologi är till stor hjälp vad som gäller minskningen av utsläpp, men man bör inte glömma ansvaret som ligger hos turisterna och tjänsteleverantörerna. Arbetet för att stoppa klimatförändringen har dock redan nu skapat nya affärsmöjligheter och nya marknader för koldioxidsnål turismverksamhet och dessa marknader kan förväntas öka i framtiden.

(UNEP 2011) Människor uppmuntras att resa nära, det vill säga utöva inlandsturism och turism till närliggande städer.

Klimatförändringen kan förväntas hämta med sig ostabila väderförhållanden, regn, stormar och översvämningar till Finland och hela till norden. Havsytan i Finska viken sjunker i normaltillstånd till följd av landhöjningen, men på grund av att glaciärerna smälter och havsytan i allmänhet stiger, kan även ytan i Finska viken i framtiden förväntas stiga. Alla dessa fenomen kommer att påverka Sveaborg i allra högsta grad. I miljöplanen för Sveaborgs Förvaltningsnämnd framgår att enligt UNESCOs Världsarvskommitté är sammanlagt 125 världsarv hotade av klimatförändringen. Därför uppmuntras destinationernas ledning att ständigt följa med klimatförändringens påverkan, och anpassa sig till de nya förhållandena som klimatförändringen hämtar med sig. UNESCO poängterar även att världsarven fungerar som ikoner med stark informationsvärde, och därför bör världsarven vara ledaren inom förebryggandet av klimatförändringen och dess skador. (Valkeisenmäki 2010: 6)

2.2 Sätt att hantera turismens miljöpåverkan

För att minska på den miljöbelastning som turisterna orsakar, bör destinationen vara planerad och uppbyggd på ett sätt som gynna hållbar turism. Miljön har ofta en stor attraktionskraft för destinationer, och det är viktigt att man skyddar den miljön där turism utspelar sig. Om värdet på miljön minskar, minskar även värdet på destinationen. Man kan säga att lokalbefolkningen har ett stort ansvar vad som gäller skyddandet av miljön i destinationen, men även turismnäringen spelar en ytterst viktig roll. Det gäller för det första att minimera alla de negativa effekter som turismen orsakar. För det andra hämtar turismen med sig inkomster som sedan kan användas för att skydda och bevara miljön. Eftersom miljön i olika destinationer varierar finns det inga entydiga, universella formuler för hur turismens miljöpåverkan borde hanteras. Det behövs unika lösningar på unika problem, vilket innebär att alla destinationer bör utveckla sina egna strategier vad som gäller hållbarheten. (Ritchie m.fl. 2005: 44-45)

2.2.1 Visitor Management

Visitor Management handlar om att styra besökarna på ett sätt som gynnar destinationen. I och med att turismnäringen, så väl som besökarantalen hos enskilda destinationer och attraktioner hela tiden växer, har man insett vikten i att skapa system som styr besökarna på rättvist, effektivt och kostnadseffektivt sätt utan att upplevelsen för besökarna lider. (Ritchie m.fl. 2005: 214)

Den nya teknologin har gjort styrningen av besökarna rätt enkelt, men man bör ändå komma ihåg att bevara den personliga kontakten till kunden, och vara försiktig med att besökarna inte känner sig som djur eller mekaniserade och opersonliga robotar. Genom Visitor Management kan man bland annat locka till enbart önskade kundsegment, styra var besökarna rör sig inom destinationen, begränsa besökarantal, styra förbindelserna till destinationen, begränsa tiden som besökarna spenderar i destinationen eller påverka beteendet hos besökarna före och under besöket. (Ritchie, Brent 2005: 214)

Visitor Management kan utövas på många olika sätt. Ett sätt är att rikta sin marknadsföring enbart till de kundsegmenten man önskar att besöker destinationen. Genom marknadsföring kan man även öka på besökarantalen under lågsäsongen (Fyall m.fl. 2008:174). Ett annat sätt är hälsa och ta emot gästerna då de anländer till destinationen, och samtidigt informera gästerna till exempel om vad som är lämpligt beteende i destinationen. Även guidade rundturer fungerar som bra sätt att styra besökarna. Överlag genom att kontrollera typen och mängden av information som finns tillgänglig för besökarna kan man uppnå önskvärd kundbeteende. (Ritchie m.fl. 2005: 215)

Man kan styra turistmassor även genom att begränsa möjligheterna att ta sig till destinationen. Detta kan ske bland annat genom begränsade antal parkeringsplatser eller genom att tillåta ankomst enbart med kollektiva transportmedel. (Ritchie m.fl. 2005: 215) Kan- ske det mest radikala sättet att utöva Visitor Management är att utföra ett kvotsystem. Detta kan betyda bland annat begränsade antal besökaren per dag, begränsad tid man får

vistas i destinationen, begränsade öppettider eller begränsade storlek på grupper som besöker destinationen. Ett annat sätt att styra besökarna är genom prissättning. Man kan ha olika priser beroende på bland annat säsong, veckodag eller tid på dagen. Genom att höja på priserna under högsäsongen kan man reglera efterfrågan och på detta sätt minska på problem så som överbeläggning, trafikstockningar, köer samt slitage på vandringsled (Fyall m.fl. 2008:173). Man kan även välja att prissätta olika aktiviteter skilt så att de aktiviteter som skadar mest också kostar mera. (Ritchie m.fl 2005: 215)

2.2.2 Att ändra på kundbeteendet genom informationsspridning

För att besökarna i en destinations skulle bete sig på ett önskvärt sätt kan det vara bra att ”skola” dem. Det finns dock en del etiska dilemman i att skola turister. Vem har rätten att skola turister? Var går gränsen mellan objektiv skolning och subjektiv, värdeladdad propaganda? Man har dessutom märkt att det kan vara ineffektivt att hota med framtida scenarion och faror. Dessutom finns det rätt så lite pålitlig information om vilka problem och faror turismen i långa loppet kan hämta med sig. Det bästa sättet att vägleda turisterna mot mer miljömässigt hållbart beteende är att öka kännedom om olika val och möjligheter man som turist har och hur dessa påverkar miljön. Hållbar turism kopplas ofta ihop enbart med miljömässig hållbarhet. Swarbrooke poängterar ändå vikten i att tänka på helheten och inte glömma bland annat den sociokulturella dimensionen inom hållbar turism. (Swarbrooke 2004: 144-145)

Det finns olika sätt att informera och undervisa besökaren så att det påverkar även deras beteende. Ett sett är att ha information tillgängligt i form av broschyrer eller på webbsidorna, men det kräver att besökarna själv ”letar efter” informationen. Med synliga kampanjer kan man däremot uppnå en större mängd besökaren. Även personlig kontakt med besökarna och personalen kan vara ett effektivt sätt att öka på besökarnas miljökännedom. Detta förutsätter dock naturligtvis att personalen är väl utbildad med tanke på miljöfrågor. Personalen bör även fungera som goda exempel på hur man bör bete sig i destinationen. (Pedersen 2002: 68-69)

Att vägleda besökarna mot miljövänligt beteende är inte en enkel uppgift. Det hjälper inte att förbjuda eller uppmuntra, besökarna vill alltid veta varför de bör handla och bete sig på ett visst sätt. Besökarna måste få känslan av att det de gör är betydelsefullt och viktigt. Mest bör man försöka vägleda de besökarna som har den största negativa miljöpåverkan i destinationen. För att få reda på detta är det viktigt att undersöka kundbeteende. Man bör ta i beaktande att besökarnas tidigare erfarenheter och destination kännedom spelar en väsentlig roll då man ”undervisar” turister. Undersökningar har påvisat att all undervisningsmaterial fungerar mest effektivt för besökaren som antingen saknar helt och hållet, eller har begränsade erfarenheter och kännedom om destinationen. Besökaren som regelbundet återvänder till destinationen anser sig inte behöva råd och undervisning. (Pedersen 2002: 69) I många fall kan dock de som besöker destinationen regelbundet påverka miljön mest.

2.2.3 Environmental Management

Environmental Management System är ett system med vilket företag och organisationer kan minska på deras negativa miljöpåverkan. I vilken utsträckning företag utövar miljöstyrning, är ett klart uttalande om hur allvarligt företaget tar sitt ansvar om miljön. (Walker m.fl. 2007: 49) Det kan finnas olika sätt att utöva miljöstyrning men ett enkelt sätt presenteras av Hall och Lew (2009: 264). Systemet är delat i fyra bassteg som är planering, genomföring, observering och reflektion. I första steget, det vi säga planeringen, identifierar man företagets förhållande till miljön genom att till exempel uppskatta det ekologiska fotspåret. Man gör även upp målsättningar och tidsplaner för projektet, samt formar en projektgrupp.

I följande steg identifierar man vad i verksamheten orsakar miljöbelastning, så som utsläpp, avfall och utnyttjande av råmaterial eller fossila bränslen. Förutom egna företaget bör man även ta i beaktande lagstiftningen samt alla olika intressenter. Efter noggrann planering bör man verkställa planerna för att uppnå sina mål. Observeringsfasen utgörs av interna revisorer som granskar processens effektivitet kontinuerligt. Till sist reflekterar man tillbaka och funderar hur projektet har lyckats. Idealiskt skulle vara om proces-

sen fungerade cykliskt, och att den sista reflektionsfasen alltid skulle leda till en ny plan och en ny process. (Hall, Lew 2009: 264)

Trycket för företag att rapportera om sina miljöåtgärder och föra fram sin miljöprofil ökar hela tiden. Detta kan ses som ett ypperligt tillfälle för företagen att öka på sin konkurrenskraft och utmärka sig på marknaden. (Walker m.fl. 2007: 49) Då man evaluerar destinationernas konkurrenskraft har man börjat betrakta turismens helhetskostnader. Med detta menar man att en destinations värde och konkurrenskraft minskar ifall miljön förstörs, trots att ekonomin i destinationen stiger. (Ritchie m.fl. 2005: 6)

Den miljöbetingade dimensionen inom destinationernas konkurrenskraft kommer med andra ord sakta men säkert att bli allt viktigare. Detta sker både på en praktisk och moralisk nivå. Med praktisk nivå menar man att turister inte mera lockas till destinationer som har förstörts på grund av överbelastning eller dålig planering. Exempel på sådant är bland annat otillräcklig avfallshantering eller nedsmutsning av naturen. På moralisk nivå handlar det om att vissa turismsegment kan vägra att resa till specifika destinationer där turismverksamheten strider mot deras värderingar. (Ritchie m.fl. 2005: 6)

Miljömässig hållbarhet kommer att spela en allt större roll i framtiden, men ifall detta kan uppnås utan att den orsakar ekonomisk skada är tillsvidare osäkert. (Ritchie m.fl. 2005: 7) Det är ändå skäl att komma ihåg att ifall man inte idag lägger märke på miljömässiga hållbarheten kommer även ekonomin att förr eller senare rasa. Turismnäringen är en rätt så öppen, fri och konkurrensutsatt näringsform där man måste tillfredställa sina kunder för att över huvudtaget kunna fungera. Man måste med andra ord utveckla och skapa turismprodukter och upplevelser som uppfyller både turisternas önskemål och kraven för hållbar turism. (Swarbrooke 1999: 145)

2.2.4 UNESCO som stöd och vägledare

Världsarvskonventionen är en konvention som skyddar världens natur- och kulturarv, och förvaltas av Förenta Nationernas organ för undervisning vetenskap och kultur, UNESCO. Världsarvskonventionen kan ses som en internationell överenskommelse om att skydda värdefulla områden. På världsarvslistan finns idag totalt 911 områden, platser, byggnader eller monument som anses vara så värdefulla att det är en angelägenhet för hela mänskligheten att skydda och bevara dem åt kommande generationer. (UNESCO World Heritage Centre 2011)

Ökat intresse för världsarv har lett till att besökarantalen i dessa destinationer/ attraktioner även har ökat. Detta har därmed lett till ökat intresse över turismens påverkan på miljön. (Leask, Fyall 2006: 84-85) Världsarvscentret, World Heritage Centre, stöder och vägleder destinationer att skydda och bevara världsarven. (Pedersen 2002: 15) Detta sker bland annat genom att ordna workshops och kurser om att styra och hantera de skyddade områden. Även genom att publicera läromedel för de som styr världsarven, samt genom att uppdatera webbsidorna stöder Världsarvscentret skyddsarbetet. (Pedersen 2002: 15-17)

Världsarvscentret har publicerat bland annat en manual, *Managing Tourism at World Heritage Sites*, för hur man hanterar turism i världsarvsdestinationerna. I manualen presenteras både direkta och indirekta åtgärder för att förebygga negativa miljöeffekter. Direkta åtgärder betyder att man ändrar på besökarnas beteende genom att bland annat begränsa antalet besökare, prissätta inträdet och aktiviteterna på rätt sätt, begränsa var besökarna får röra sig, begränsa tiden man får vistas i en destination eller begränsa mängden faciliteter. Indirekta åtgärder betyder att man ändrar på besökarnas beteende indirekt, det vill säga genom att informera, undervisa och övertala. Det är viktigt att en destination överväger noggrant vilka åtgärder för att förebygga miljöskador passar just den destinationen bäst. Man bör ta i beaktande alla intresser och även sträva efter att tillfredsställa besökarnas önskemål och behov. För att kunna välja rätt åtgärder är det även viktigt att man känner till sina kundsegment. Därför uppmuntras världsarvsdestina-

tionerna att undersöka kundbeteende och lära känna kundprofilerna. (Pedersen 2002: 63)

2.2.5 Vad kan turisten själv göra?

Själva turisten ses ofta som den största miljöboven då man talar om turismens miljöpåverkan. Med tanke på hållbar turism kan turisten till och med ses mera som en oönskad inkräktare som orsakar problem, än som en inbjuden gäst. (Swarbrooke 2004: 142) En destination bör vara planerad och uppbyggd på ett sätt som gynnar hållbar turism, men mycket kan man som turist ändå påverka själv.

En miljömedveten person är en miljömedveten turist, det ända som skiljer dessa begrepp är situationen. Detta betyder med andra ord att ifall man är miljömedveten och bär sitt ekologiska ansvar i vardagen, gör man det högst antagligen även då man reser. (Hemmi 1995, 62) Det finns trots allt motargument för denna teori. Man kan som turist uppleva semestern som en paus till alla vardagliga skyldigheter. Man anser sig ha rätten att leva vårdslöst och bekymmerfritt. (Swarbrooke 2004: 144)

Att resa hållbart är inte alltid så enkelt. En turist kan under sin resa råka ut för många olika etiska och ekologiska frågor och dilemman som saknar entydiga svar. Det hur man beter sig kan o ena sidan kännas etiskt rätt men i långa loppet orsaka mera skada än nytta. Eftersom ansvarsfull och hållbar turism är ett relativt nytt fenomen, har man inte ännu haft möjligheten att forska fram all den informationen som skulle på bästa möjliga sätt vägleda en hållbar turist. Det är ändå viktigt att komma ihåg regeln om utbud och efterfrågan. Ju mera man som turist efterfrågar hållbara och miljövänliga tjänster och gärningar hos tjänsteleverantörerna och i destinationen, desto mera kommer det att erbjudas möjligheter till hållbar turism i framtiden. (Kalmari, Kelola 2009: 9)

Som turist har man både rättigheter och skyldigheter. Som turisternas rättigheter nämns bland annat säkerhet och skydd mot brått, terrorism och sjukdomar, och rätt att inte bli

disskriminerade, utnyttjade, eller bedragna på grund av vilseledande marknadsföring. Turisterna har även rätt till en säker och ren fysisk miljö där de får röra sig fritt förutsatt att de inte orsakar skada. Som sist kan man ännu nämna rätten att träffa lokala samt rätten till vänlig och saklig service. (Swarbrooke 2004: 143-144)

Dessa ovannämnda rättigheter tillhör alla resenärer förutsatt att de följer de skyldigheter man som resenär har. Dessa är skyldigheten att följa lokala lagar, regler och att inte delta i aktiviteter som strider mot allmän etik och moral trots att det inte direkt är olagligt i destinationen. Som resenär har man även skyldigheten att inte medvetet förolämpa lokala religioner eller kulturella normer, eller orsaka skada till den fysiska miljön. Man bör även minimera användningen av lokala naturresurser på lokalbefolkningens bekostnad. (Swarbrooke 2004: 143-144)

Förutom dessa basskyldigheter finns det ytterligare extra skyldigheter relaterade till hållbar turism. Dessa är skyldigheten att inte besöka destinationer där det bryts mot mänskliga rättigheter, skyldigheten att ta reda på om destinationen i förväg och under resan vara i kontakt med lokala, samt skyldigheten att skydda naturen och djur. Man bör även bete sig förnuftigt och anpassa sig till lokala religioner och kulturella sedvänjor. Till sist bör man understöda den lokala ekonomin men bojkotta verksamheter där lönen och arbetsförhållandena är dåliga. (Swarbrooke 2004: 143-144) Av alla de ovannämnda skyldigheter kan skyldigheten att inte orsaka skada till den fysiska miljön, att skydda naturen och djuren, samt att minimera användningen av naturresurser anses som de viktigaste skyldigheterna förknippade med miljön.

Den finska föreningen för rättvis turism, Reilun Matkailun Yhdistys, har gjort upp en lista med råd för hållbara och rättvisa turister. Det handlar alltså om att resa både miljömässigt, ekonomiskt och sociokulturellt på ”rätt sätt”. Trots att jag i detta arbete är mest intresserad av miljömässig hållbarhet, valde jag att presentera alla dessa råd eftersom så gott som alla råd har en stark koppling till miljön. Dessa råd kan tillämpas både inom inhemsk- och utlandsturism. Första rådet gäller att skaffa sig information om rese-

destinationen i förhand. På detta vis blir man medveten om möjliga problem som är förknippade med turism i destinationen. Man kan skaffa sin information från internet genom att läsa officiella hemsidor för destinationer, men även bloggar, diskussionsforum och andra sociala medier kan fungera som bra källor. Andra källor för information är guideböcker, skönlitteratur eller kurser, men även vänner och bekanta som redan har besökt destinationen. (Reilun matkailun yhdistys 2009)

Det andra rådet är att resa utanför högsäsongen. I många destinationer belastar högsäsongen miljön allt för mycket medan en mer jämn uppdelning av turister kunde gynna bland annat destinationens ekonomi året runt. Högsäsongens turistmassor kan orsaka problem till exempel inom vattenförsörjning och avfallshantering. Även erosion och de problem som orsakas av trafiken är som värst under högsäsongen. Man bör ändå ta i beaktande att det också finns negativa sidor i att resa utanför högsäsongen. Utbudet på service, information, kollektivtrafik, toaletter och inkvarteringsmöjligheter kan vara bristfälliga. Dessutom finns det destinationer som inte önskar sig turister utanför högsäsongen. Här är det viktigt att tillämpa råd nummer ett, det vill säga att ta reda på om destinationen i förväg. (Reilun matkailun yhdistys 2009)

Tredje rådet gäller att välja en ansvarsfull researrangör. Med ansvarsfull menar man att researrangören som gynnar lokalsamhället och strävar efter att minimera turismens negativa miljöpåverkan. Fjärde rådet gäller att stöda lokala tjänster och produkter på man äter, rör sig, inkvarteras och gör uppköp. Synd nog, har de pengar vi spenderar under en resa en tendens att inte bli kvar i lokaldestinationen. Detta går ändå att undvikas genom att vara uppmärksam om vad man spenderar sina pengar på. Förutom ekonomin gynnar detta råd även miljön. Genom att bland annat äta närproducerad mat belastar man miljön betydligt mycket mindre än då man äter mat som transporterats från andra sidan världen. I femte rådet uppmuntrar man resenärerna att spara energi och vatten under resan. Vatten- och energiförbrukningen påverkar mest turismens ekologiska fotavtryck. Genom att välja rätt transportmedel och inkvartering kan man redan spara enorma mängder vatten och energi. (Reilun matkailun yhdistys 2009)

Sjätte rådet gäller att minimera mängden avfall. I många destinationer är avfallshanteringen och i synnerhet återvinningsmöjligheterna brisfälliga, speciellt under högsäsongen. Som turist bör man undvika att ta med sig onödig skräp och framme i destinationen är det viktigt att undvika bland annat onödiga förpackningar och plastpåsar. Man bör även återvinna alltid då det är möjligt. Avfallet påverkar miljön direkt genom att förorena, och indirekt genom att avfall som inte återvinns slösar på naturresurser. (Reilun matkailun yhdistys 2009)

Sjunde rådet är att respektera lokala kulturen och åttonde rådet gäller att skydda människor, djur och natur. Även i dessa råd gäller det att känna till kulturen och destinationen i förväg. Det nionde och sista rådet är att berätta vidare om vad du har sett och upplevt. På detta sätt sprider man kunskap om olika destinationer och god kännedom av destinationen kan ses som kärnan i hållbar turism. (Reilun matkailun yhdistys 2009)

3 SAMMANFATTNING

Det finns flera olika definitioner på vad hållbar utveckling och hållbar turism egentligen innebär. Den mest kända definitionen på hållbar utveckling lär vara den som utformades under Förenta Nationernas Burtlands kommission år 1987. Enligt kommissionen är hållbar utveckling ” en utveckling som tillgodoser dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillgodose sina behov”. (Fletcher, 2008:216) World Tourism Organization har använt denna definition som grund för definitionen på hållbar turism. Enligt UNWTO tillgodoser hållbar turism behoven av dagens turister och värd destinationen, samtidigt som man skyddar och förbättrar framtida möjligheter för turism. (Fletcher, 2008:218) Trots att det finns flera olika definitioner även på hållbar turism, återkommer samma poäng i alla definitioner. Det handlar om att beakta långskiktig ekonomisk, miljömässig, sociokulturell och politisk välmående för sig själv och alla intressenter. (Fletcher, 2008, 218-219)

Miljön är alltid en väsentlig del av en turismprodukt, och det gäller att i destinationen kunna hantera turismens miljöpåverkan. Detta kan ske bland annat genom Visitor Management, som i korthet handlar om att styra besökarna på ett sätt som gynnar destinationen. (Ritchie m. fl. 2005:214) Det är också viktigt att utöva direkt miljöstyrning, Environmental Management. Detta kan ske i form av olika projekt med planeringsfas, genomförande fas, observering och reflektion. (Hall, Lew 2009,264)

Man bör inte heller glömma besökarnas ansvar. Att resa hållbart är inte alltid så lätt, och som turist har man både rättigheter och skyldigheter. Av de skyldigheter man som resenär har, är skyldigheten att inte orsaka skada till den fysiska miljön, att skydda naturen och djuren, samt att minimera användningen av naturresurser de skyldigheter som är starkast förknippade med miljön. (Swarbrooke 2004: 143-144) Alla resenärer är trots allt inte medvetna om sina rättigheter och skyldigheter, och därför är det viktigt att informera och vägleda sina gäster, och på detta sätt påverka på kundbeteendet. (Swarbrooke 2004: 144-145)

Världsarvskonventionen, UNESCO, kan ses som en internationell överenskommelse att skydda världens värdefulla områden. (UNESCO World Heritage Centre 2011) Besökarantalen i världsarvsdestinationerna ökar, vilket kan ses som en utmaning gällande hållbarheten. World Heritage Centre stöder och vägleder destinationerna att skydda och bevara världsarven. Detta sker i praktiken genom att publicera läromedel, uppdatera webbsidor samt genom att ordna kurser och workshops om att styra de skyddade områden. (Pedersen 2002:63)

4 METODDISKUSSION

I denna del av arbetet kommer att tas upp olika metoder för att utföra undersökningar, samt presenteras och motiveras metodvalet för denna forskning. Kunskaper inom metodik hjälper forskaren att uppnå de målsättningar man har med olika undersökningar. Metod i sig är enbart ett redskap för att komma fram till ny kunskap. (Holme & Solvang 1997: 11-13) Det finns olika metoder att forska fram resultat, och det viktiga är att man väljer den metod som passar bäst för den frågeställning man arbetar med. (Holme & Solvang 1997: 75)

Metodik delas ofta in i kvalitativa och kvantitativa forskningsmetoder. Med kvalitativ forskningsmetod strävar man efter att samla in information av hög kvalitet. I stället för att samla in inskränkt information av ett stort sampel, koncentrerar man sig på att av ett mindre sampel få ut så rikligt med information som möjligt. Den kvalitativa forskningsmetoden har som utgångspunkt tron på att en person som har själv upplevt och varit involverad i en situation, också är den bästa möjliga informationskällan för ny kunskap. I en kvalitativ undersökning får respondenten med egna ord förklara sina upplevelser om situationen. (Veal 1997: 129) Detta sätt att samla in data kallas även för öppen metod eftersom undersökaren strävar efter att styra så lite som möjligt den information som samlas in. Eventuell strukturering görs först då man bearbetar och analyserar informationen. (Jacobsen 2007: 48)

Kvantitativ forskningsmetod handlar om att arbeta med mätbar data. Då man utför en kvantitativ undersökning samlar man ihop större mängder data, och resultaten presenteras och beskrivs i siffror. Detta innebär att materialet är lätt att analysera, men det gäller också att vara försiktig med generalisering. (Veal 1997:146) Den kvantitativa forskningsmetoden bygger på standardisering. Detta innebär i praktiken att man för det första har klart för sig vad man vill få fram med undersökningen, och genomförandet av undersökningen får inte leda till ändringar i undersökningens planering eller uppläggning. Då man utför en standardiserad kvantitativ undersökning bör alla respondenter få samma frågor och svarsalternativ. (Holme & Solvang 1997:81) Detta kan genomföras an-

tingen i form av en strukturerad intervju eller genom att dela ut enkäter som respondenterna själv fyller i (Veal 1997:147). Standardisering av undersökningen möjliggör generalisering då man presenterar och analyserar resultaten (Holme & Solvang 1997:81).

I kvantitativa undersökningar spelar undersökaren en viktig roll. Det är undersökarens utformning och definition av frågor och svar som avgör vad man får information om. (Jacobsen 2007: 53) Den kvantitativa undersökningsmetoden används då man vill undersöka större populationer och få fram "enkel" information. Man får en allmän inblick om populationens attityder, åsikter och uppfattningar. Den kvantitativa forskningsmetoden används ofta inom fritids- och turismbranschen, eftersom det handlar om massfenomen, och det är viktigt att få tag på information som kan generaliseras till att gälla populationen som en helhet. (Veal 1997:147) Man bör dock komma ihåg att ställa sig kritiskt till de resultat man får. Kvantitativa forskningsmetoden innebär att resultaten i allmänhet presenteras som siffror, men man skall inte blint tro på allting som kan beskrivas med siffror. Det gäller att vara medveten om och försiktig med att inte feltolka och missbruka resultaten. (Holme & Solvang 1997:158).

Ett tredje sätt att utföra forskningar är genom skrivbordsundersökning. Då arbetar man med sekundärdata, det vill säga information som någon redan tidigare forskat fram. Då man börjar med en undersökning, är det bra att först kartlägga hurudan information som redan finns om fenomenet i fråga. Man sparar både tid och arbete om man samlar ihop resultat från tidigare forskningar och statistik, och dessa sekundärdata kan sedan stå som grund då man själv börjar forska fram ny information. (Lundahl & Skärvad 1999:131, Veal 1997: 96) Man bör dock komma ihåg att då man samlar in sekundärdata har man inte samma kontroll på informationens reliabilitet, som då man samlar in primärdata. De sekundärdata man använder kan ursprungligen ha samlats in och använts i ett annorlunda syfte och då har informationen ofta behandlats för att passa den ursprungliga undersökarens behov. (Jacobsen 2007: 114-115) Man bör med andra ord ställa sig en aning kritiskt till sekundärdata och välja noggrant den information man använder.

4.1 Val av metod

Den kvantitativa forskningsmetoden lämpar sig bra i undersökningar där man vill ha en allmän inblick i en populations attityder, åsikter och uppfattningar. (Veal 1997:147) Syftet med detta arbete är att kartlägga vad resenärerna på Sveabor kan, bör och är färdiga att göra för att turismen på Sveaborg i framtiden skulle vara miljömässigt så hållbart som möjligt. För att få reda på detta har jag använt mig av en strukturerad kvantitativ undersökningsmetod. Undersökningen genomfördes i enkätform som besökarna fick fylla i på hemvägen tillbaka från Sveaborg. På detta sätt fick ett slumpmässigt sampel av alla besökarna på Sveaborg dela med sina åsikter om Sveaborg som en miljömässigt hållbar destination. Sveaborg är en mångsidig destination och besöks såväl av friluftsgäster, kulturturister samt mötes- och arbetsresenärer. Eftersom alla besökaren tillsammans är ansvariga för att skydda miljön i destinationen, är vi intresserade av allas åsikter.

Då man utför en enkätundersökning förlitar man sig på respondenternas ärlighet och vilja att svara på frågorna (Veal 1997:147) Eftersom miljövänlighet handlar ofta om personliga värderingar, antogs att en undersökning där respondenten får själv anonymt svara på frågorna kommer att ge mest ärliga och därmed pålitliga svar.

För att komma igång med arbetet använde jag mig också av skrivbordsundersökning. Förvaltningsnämnden för Sveaborg har under årens lopp samlat ihop en hel del information om destinationen. Under senaste åren har även en miljöarbetsgrupp grundats, och denna arbetsgrupp har redan gjort upp en hel del planer för miljöskydd i destinationen. Världsarvscentret, World Heritage Centre, har också publicerat en hel del undersökningar och riktlinjer för miljövard och skydd för destinationer som finns på UNESCOs världsarvslista. En del av denna information fick stå som grund för min undersökning.

4.2 Frågeguide

Frågeformuläret som användes i undersökningen (Se bilaga 1 och 2) var uppdelad i sex olika teman. Först frågades bakgrundsinformation om respondenterna, och därefter om informationssökning, säsongbundenhet, sortering, Visitor Management samt om respondenternas uppfattningar om Sveaborg som en miljömässigt hållbar destination. Frågorna om bakgrundsinformation byggde på tidigare frågeformulär som har använts i Sveaborg. Det handlar om bakgrundsinformation som Förvaltningsnämnden för Sveaborg upplever att är väsentligt att veta, för att sedan kunna dela upp och analysera materialet. Resten av frågorna bygger på den teorigrund som tidigare presenterats i arbetet, samt tidigare uppfattningar om problem och fenomen som tangerar miljövänlighet på Sveaborg.

Frågeformuläret bestod sammanlagt av 16 frågor. Första tre frågorna handlade om bakgrundsinformation, och där på följde själva undersökningsfrågorna. Största delen av frågorna var flervalssfrågor där respondenten kryssade för det alternativet/ de alternativen som passade en bäst. Detta eftersom omständigheterna krävde att enkäten är lätt och rätt så snabb att fylla i. I enkäten fanns även två korta öppna frågor.

Själva frågeformuläret godkändes av både uppdragsgivaren och handledaren. Frågeformuläret hade diskuterats på ett möte, där Förvaltningsnämnden för Sveaborg hade sin miljögrupp representerad. Efter mötet finslipades enkäten till att på bästa möjliga sätt motsvara uppdragsgivarens behov. Efter att enkäten var färdig testades den av två vänner, en som arbetar inom turismbranschen och en med en annorlunda utbildning. Båda upplevde att enkäten var lätt att förstå och fylla i. Enkäten gjordes på finska och engelska. Den engelskspråkiga enkäten lästes igenom av en vän med engelska som modersmål.

4.3 Respondenter och genomförande

Undersökningen påbörjades som en skrivbordsundersökning genom att kartlägga rådande och framtida problem tangerade med miljöskydd i destinationen. Detta skedde genom diskussioner med turismkoordinatör för Förvaltningsnämnden för Sveaborg samt genom att söka upp och läsa tidigare information och statistik. Förvaltningsnämndens miljöarbetsgrupp har gjort upp en miljöplan för destinationen, och denna plan tillsammans med världsarvscentrets material om miljöskydd fick stå som en bakgrund för själva enkätundersökningen.

Enkätundersökningen ägde rum på Sveaborg i juni 2011. Eftersom meningen var att respondenterna redan har besökt destinationen beslöts att undersökningen utförs på färjan tillbaka till Helsingfors. Det finns två olika färjor att välja mellan då man åker till och från Sveaborg, HRT färjan som hör till kollektivtrafiken, eller JT Line vattenbussen som är ett privatägt företag. Eftersom kunderna på dessa två färjor varierar en hel del, beslöts att undersökningen utförs på båda färjorna.

Den 21.7.2011 åkte jag fram och tillbaka med JT Line vattenbussen och samlade ihop sammanlagt 71 enkäter. Följande dag 22.7.2011 fick jag en assistent med mig, och vi valde att ställa oss vid HRT färghamnen, så att besökarna kunde fylla i enkäten samtidigt då de väntade på färjan. Det var en varm och solig dag då färjorna var proppfulla, och därför beslöt vi att inte själv trängas med i själva färjan. Efter några timmar hade vi samlat ihop 65 enkäter. Allt som allt delades ut 136 enkäter på två dagar, och språkfördelningen blev ätt så jämn. Alla respondenter tilldelades postkort som tack.

4.4 Nuläge på Sveaborg

Sveaborg är en historisk sjöfästning och med på UNESCO:s världsarvslista. Sjöfästningen ligger i natursköna landskap i Helsingfors skärgård. Sveaborg är dessutom en av Finlands mest besökta turistattraktioner, och besöks årligen av cirka 700 000 gäster. Fördelningen enligt säsong illustreras i tabell 1 på följande sida. (Förvaltningsnämnden

för Sveaborg, 2012) Det är självklart att en så stor mängd besökaren i en historisk kulturmiljö och känslig naturmiljö skapar utmaningar för destinationens hållbarhet. Förvaltningsnämnden för Sveaborg jobbar konstant för att utveckla Sveaborg till en mer hållbar och miljövänlig destination. År 2009 grundades en miljögrupp som har som uppgift att utarbeta årliga planer samt se till att miljöplanen är uppdaterade och aktuella. Miljögruppen handleder och följer med att miljöplanen förverkligas, samt rapporterar årligen om nådda resultat. Miljögruppen fungerar som experter och ansvarar för sakkunigheten gällande miljöfrågor på Sveaborg.(Valkeisenmäki 2010) År 2011 fick Förvaltningsnämnden för Sveaborg WWF Green Office certifikat. (Förvaltningsnämnden för Sveaborg 2012)

Miljögruppen för Sveaborgs Förvaltningsnämnd har i sin miljöplan för åren 2010-2014 listat upp största utmaningar gällande hållbarhet och miljövänlighet på ön. Denna miljöplan gäller Sveaborg som en helhet, det vill säga både som en statsdel och som en destination. Eftersom denna undersökning handlar om att utveckla Sveaborg till en mer hållbar destination, kommer jag att ta upp de utmaningarna som gäller besökarna och turismnäringen. En av de största utmaningarna är avfallshantering och sortering. På Sveaborg finns sorteringsmöjligheter för invånarna, men inte för besökarna. I miljöplanen sägs att man har "funderat på" sorteringsfaciliteter för besökaren.(Valkeisenmäki 2010: 12) Övriga utmaningar i miljövänlighet som direkt är kopplade med besökarna är erosion som orsakas då folkmassor rör sig i den känsliga miljön, utsläppen som orsakas av färgetrafiken, de avfall som besökarna lämnar efter sig i naturen samt respektlöst beteende i naturen och den värdefulla kulturmiljön. Sveaborg används mycket som ett rekreationsområde, och speciellt under sommar eftermiddagar och kvällar fungerar ön som en picknickplats. Det är värt att påpeka att dessa picknickgäster är i allmänhet en större utmaning för miljön än de som kommer till Sveaborg för att besöka museer eller deltar på en guidad rundtur.

I miljöplanen för Sveaborgs Förvaltningsnämnd listas även upp strategiska målsättningar gällande hållbarhet och miljövard. Dessa målsättningar är bland annat att anpassa sig till klimatförändringen och minimera utsläppen av växthusgaser. Förvaltningsnämnden för Sveaborg har bundit sig att skydda och upprätthålla Sveaborgs världsarvsvärde. Den

pågående klimatförändringen, och de regn, stormar och översvämningar som klimatförändringen förväntas hämta med sig till Finland, skapar stora utmaningar för Sveaborgs Förvaltningsnämnd. Enligt UNESCOs klimatstrategi bör världsarvsdestinationerna fungera som pilotprojekt samt ge gott exempel i vad som gäller anpassande till klimatförändringen. Förvaltningsnämnden för Sveaborg strävar också efter att minska på egna utsläpp av växthusgaser. (Valkeisenmäki 2010: 17)

Att minimera mängden blandavfall hör även till Sveaborgs förvaltningsnämnds strategiska målsättningar. Man strävar även efter att utveckla Seaborg som ett bilfritt område. Den viktigaste strategiska målsättningen från denna undersökningens synvinkel är trots allt främjandet av hållbar turism. Detta vill man uppnå genom Visitor Management, marknadsföring och kommunikation, ökade sorteringsfaciliteter samt genom att bekämpa erosion i form av skyltar och bättre vägar. (Valkeisenmäki 2010: 19)

I bilden nedan kan man se exempel både på erosion, och skyltar som bekämpar mot erosion. På vänstra sidan av trappstegen har en stig utformas, eftersom folkmassorna valt att gå bredvid trapporna istället för att gå upp för trapporna. Detta är ett bra exempel på erosion som folkmassorna orsakar. Förutom att detta kan ses som en visuell skada, är det viktigt att komma ihåg att detta även leder till ytvattenrinning som igen ökar på erosionen. Dessa kullar som syns på bilden är uppbyggda och därför ytterst känsliga för slitage, och man har restaurerat detta landskap sedan 1970, då man uppfann allvarliga tecken på slitage. Problemet med restaureringsarbetet är att ny växtlighet inte hinner växa till tillräckligt livskraftigt för att klara av slitage som orsakas av att folkmassor rör sig där. (Förvaltningsnämnden för Sveaborg 2010: 17) Man försöker styra folkmassor med hjälp av skyltar (se bild 1), men detta stoppar inte alla besökaren.



Bild 1 Tecken på erosion samt exempel på en skylt som bekämpar erosion.

Tabell 1 Besökarantal enligt säsong år 2011 (Förvaltningsnämnden för Sveaborg, 2012)

Säsong	Antal besökaren
Januari- april	97 537
Maj- augusti	594 192
September- december	86 300

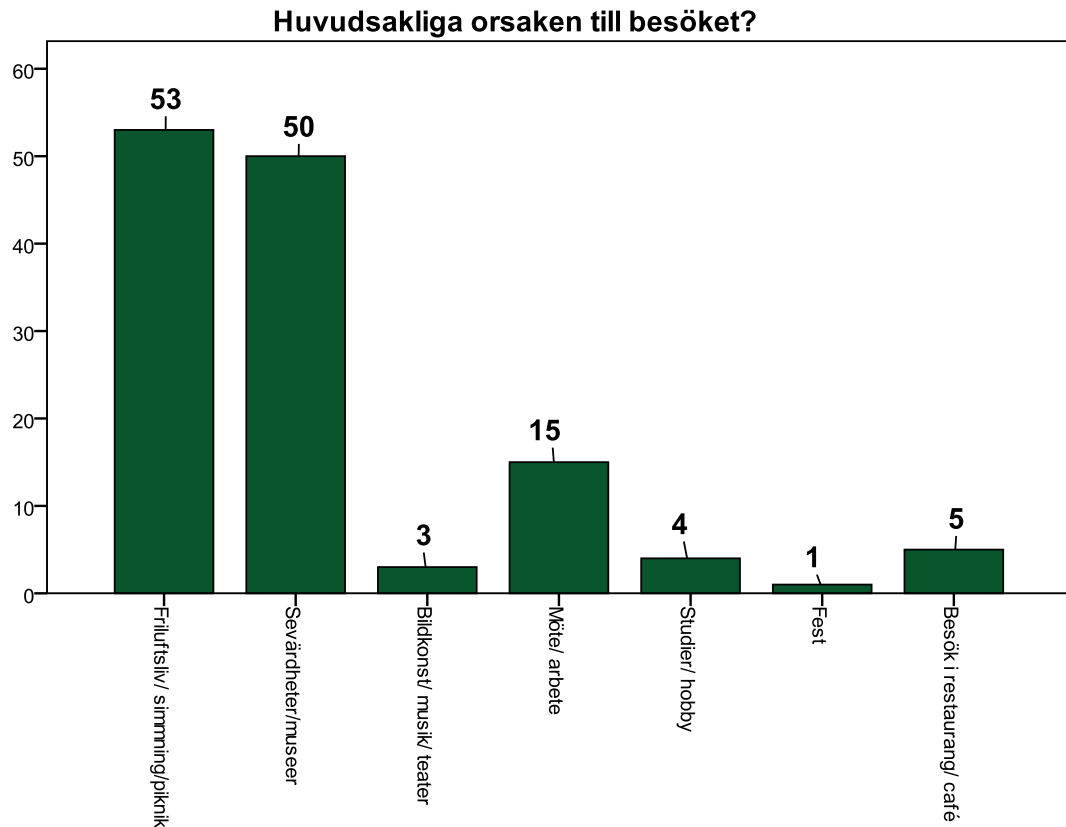
5 RESULTATREDOVISNING

I detta kapitel presenteras resultaten av undersökningen som utfördes på Sveaborg 21–22.7.2011. I enkätundersökningen deltog 136 respondenter, men fyra enkäter måste slopas eftersom de var slarvigt/ osakligt ifyllda. Enkäterna besvarades antingen på finska eller engelska. Svaren matades först in på Microsoft Excel, och överfördes sedan till SPSS programmet för att kunna presenteras och analyseras.

Resultatredovisningen är indelad i sex kategorier enligt tema. Först presenteras den bakgrundsinformation om respondenterna, som upplevdes vara relevant för undersökningen. Därefter presenteras skilt frågorna som behandlar informationssökning, säsongbundenhet, sortering, Visitor Management och respondenternas syn på Sveaborg som en hållbar destination. Resultaten presenteras i form av olika tabeller och diagram.

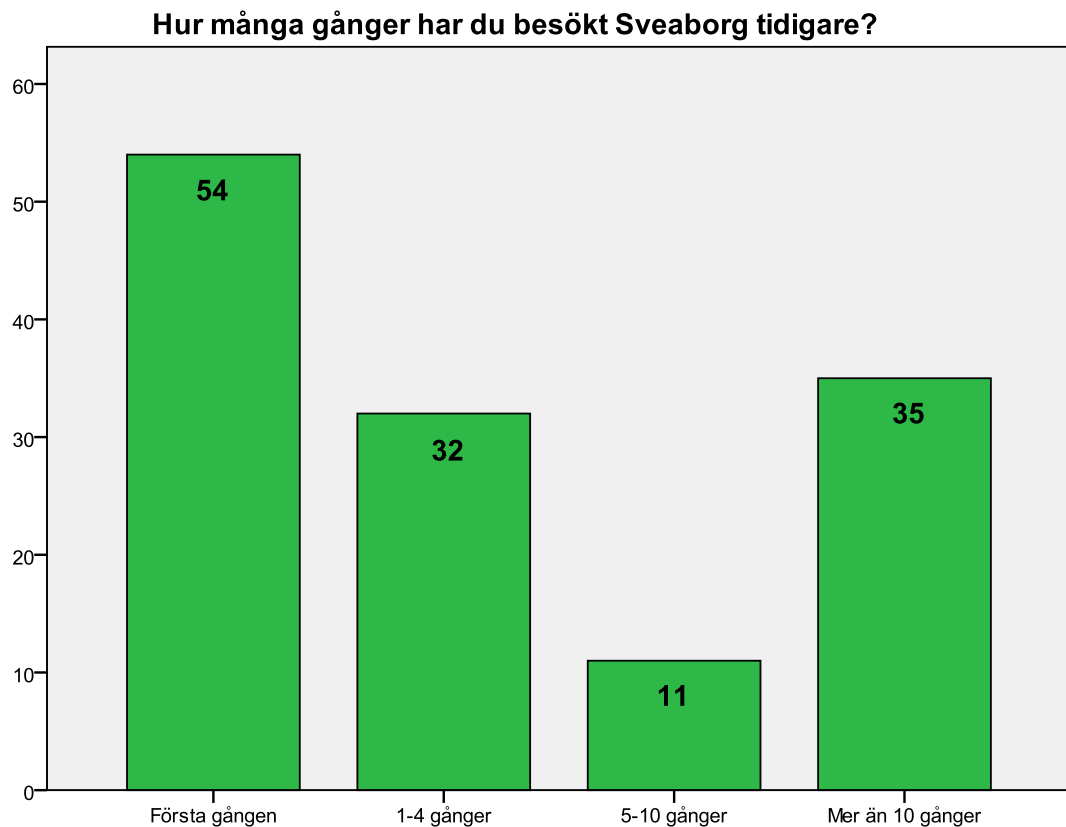
5.1 Bakgrundsinformation om respondenterna

Enkäten inleddes med frågor gällande bakgrundsinformation om respondenterna. Figur 2 beskriver respondentens huvudsakliga orsak till besöket till Sveaborg. Frågan besvarades av 131 respondenter, vilket innebär att en respondent lät bli att besvara frågan. De två populäraste orsakerna till respondenternas besök till Sveaborg var Friluftsliv/ simning/ picknick, samt Sevärdheter/ museer. Endast 28 personer av 132 hade någon annan orsak till besöket. Av dessa 28 personer hade majoriteten, det vill säga 15 personer Möte/arbete som orsak. Resten av kategorierna, det vill säga Bildkonst/ musik/ teater, Studier/ hobby, Fest och Besök i restaurang/ café hade enbart enstaka anhängare.



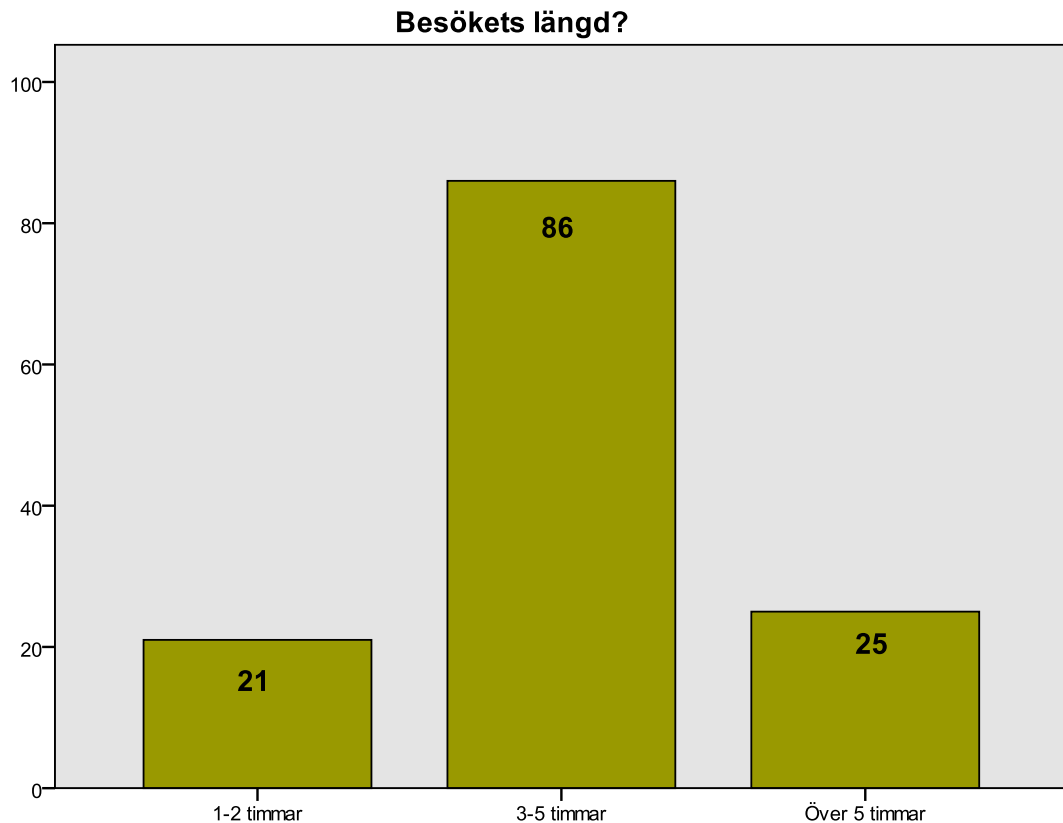
Figur 2 Stapeldiagram för respondenternas huvudsakliga orsak till besöket till Sveaborg.

Andra frågan i enkäten handlade om hur många gånger tidigare respondenten har besökt Sveaborg. (Figur 3) Denna fråga besvarades av alla 132 respondenter. Av respondenterna besökte 54 personer Sveaborg för första gången nu, medan 35 personer hade besökt Sveaborg mer än 10 gånger. Av resten av respondenterna hade 32 personer besökt Sveaborg 1-4 gånger tidigare, och 11 personer 5-10 gånger.



Figur 3 Stapeldiagram för antalet tidigare besök till Sveaborg

Figur 4 presenterar hur länge respondenterna vistades på Sveaborg. Frågan besvarades av alla respondenter. Den populäraste besökslängden med 85 respondenter var 3-5 timmar. Näst populäraste var över 5 timmar och enbart 21 respondenter hade vistats på Sveaborg under 3 timmar.



Figur 4 Stapeldiagram för hur länge respondenterna vistades på Sveaborg

5.2 Informationssökning

Tabell 2 presenterar ifall respondenterna hade sökt upp förhandsinformation om destinationen, och var, ifall de hade gjort det. Frågan besvarades av 130 personer, vilket betyder att två personer lämnade frågan obesvarad. En del av respondenterna hade kryssat för flera alternativ än ett, vilket gjorde att frågan slutligen behandlades som den fråga där flera svar var möjliga. Resultaten visar att 35 % av respondenterna inte sökt information i förhand eftersom de upplever att de vet redan tillräckligt om Sveaborg. Av dessa 46 personer var 34 finländare och endast 12 hade besvarat enkäten på engelska. Av de 130 respondenterna upplevde 9 personer att de inte var intresserade av förhandsinformation, och majoriteten av dessa 9 var finländare.

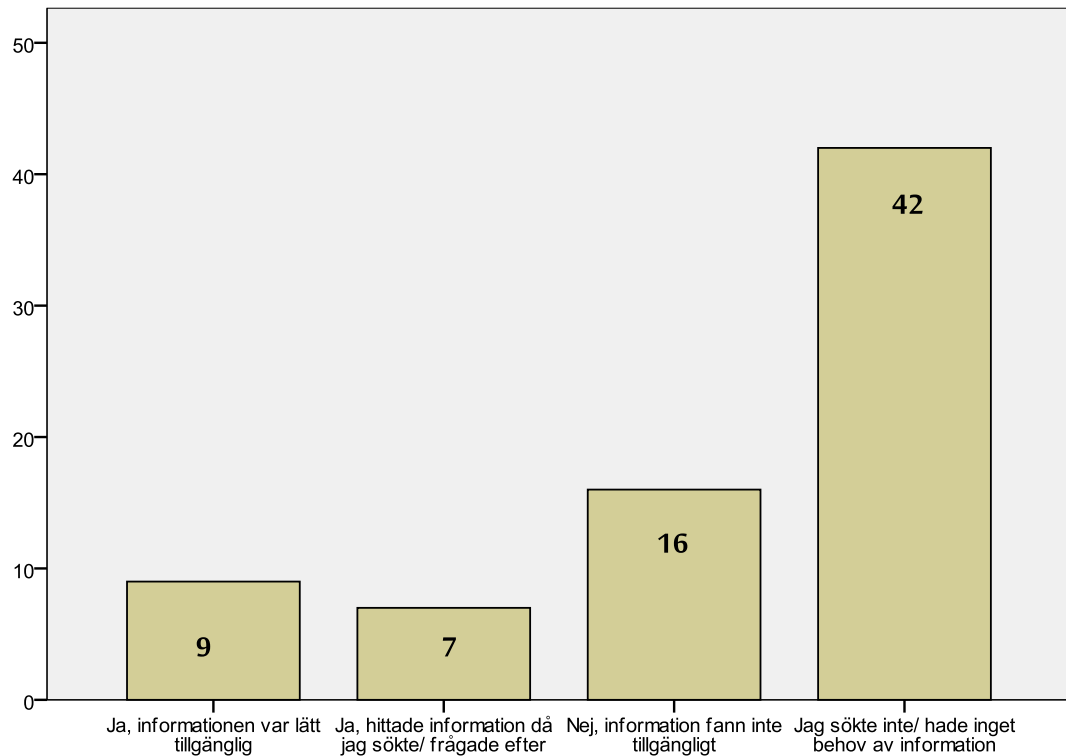
Den populäraste informationskällan för förhandsinformation var Internet med 34 respondenter. Nästan lika många anhängaren hade broschyrer med 32 respondenter. Cirka 19 % av respondenterna hade fått förhandsinformation av vänner och bekanta, medan det absolut minst populära informationskällan var Sveaborgcentret då enbart cirka 5 % av respondenterna hade fått sin förhandsinformation där.

Tabell 2 Korstabell över informationssökning jämfört med vilket språk enkäten svarades på. Procenten i tabellen är baserade på 130 respondenter

Informationssökning									
			Nej, jag är inte intresserad	Nej, jag vet tillräckligt om Sveaborg	Vänner och bekanta	Internet	Brochyrer	Sveaborgcentret	
Språk	Finska	Count	6	34	12	15	17	3	73
		% of Total	4,6%	26,2%	9,2%	11,5%	13,1%	2,3%	56,2%
	Engelska	Count	3	12	13	19	15	4	57
		% of Total	2,3%	9,2%	10,0%	14,6%	11,5%	3,1%	43,8%
Total		Count	9	46	25	34	32	7	130
		% of Total	6,9%	35,4%	19,2%	26,2%	24,6%	5,4%	100,0%

Figur 5 presenterar ifall de som besvarade enkäten på Finska upplever att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt. Frågan besvarades av 74 finskspråkiga, det vill säga av alla som besvarade enkäten på finska. Majoriteten av respondenterna hade inte sökt upp/ upplevde att de inte hade behov av information om miljövänligt resande. Totalt hade 32 personer sökt/ haft behov av information, men av respondenterna upplevde 16 personer att information inte fanns tillgängligt, och 7 personer hittade inte information då de sökte. Däremot upplevde 9 personer att information fanns lätt tillgängligt.

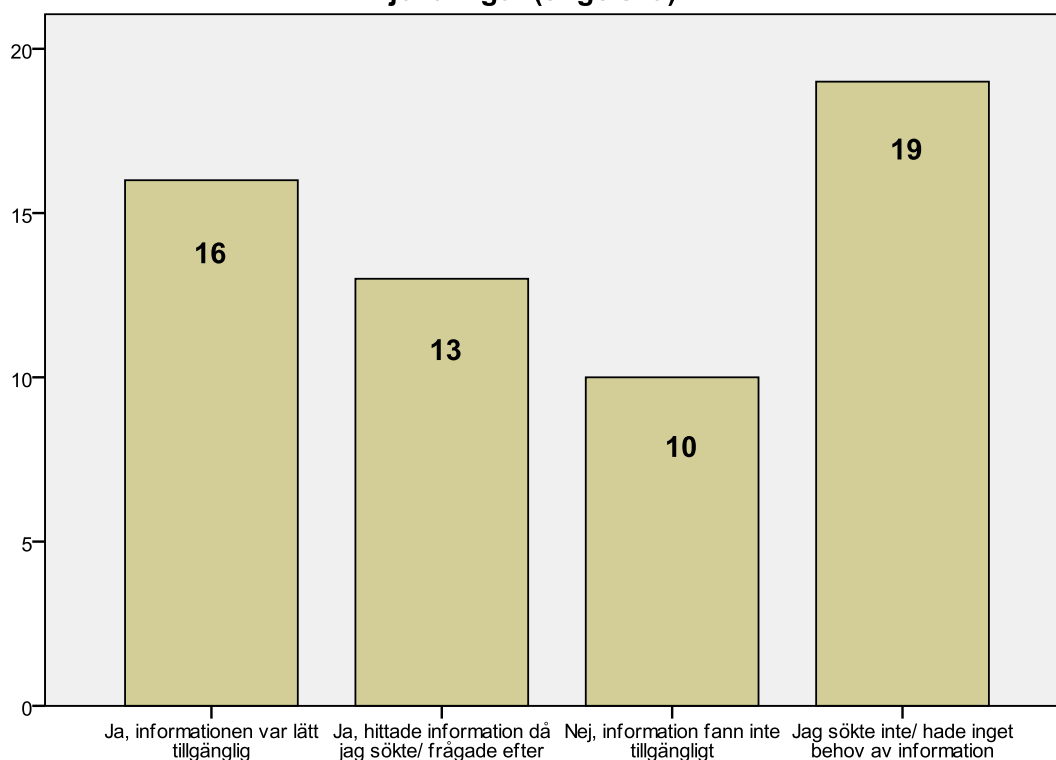
Upplever du att du fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt? (finska)



Figur 5 Stapeldiagram över de finskspråkiga respondenternas uppfattning om information om att besöka Sveaborg miljövänligt.

I figur 6 presenteras motsvarande resultaten som i figuren ovan, men av de engelskspråkiga respondenterna. Frågan besvarades totalt av 58 engelskspråkiga respondenter, vilket innebär att alla som besvarade enkäten på engelska, svarade även på denna fråga. Av dessa 58 respondenter hade 19 inte sökt/ hade inget behov av information om att besöka Sveaborg miljövänligt. Detta innebär att 39 personer av 58 hade sökt/ haft behov av den sortens information. Majoriteten, det vill säga 16 personer av 39, av de som sökt information upplevde att det fanns lätt tillgängligt. Däremot hade 13 personer inte hittat information då de sökte/ frågade efter, medan 10 personer upplevde att information inte fanns tillgängligt.

Upplever du att du fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt? (engelska)



Figur 6 Stapeldiagram över de engelskspråkiga respondenternas uppfattning om information om att besöka Sveaborg miljövänligt.

Tabell 3 jämför i form av en korstabell skillnaderna gällande informationssökning i allmänhet och information om att besöka Sveaborg miljövänligt. Frågan besvarades av 130 respondenter, vilket betyder att två personer lät bli att svara på frågan. I tabellen framkommer att av de som inte sökte/ hade behov av information om miljövänligt resande var sju personer inte över huvudtaget intresserad av förhandsinformation, och 24 respondenter upplevde att de vet tillräckligt om Sveaborg. Av de 60 personerna som inte sökte/ hade behov av information om miljövänlig resande hade trots allt 38 respondenter sökt upp annan sort av förhandsinformation, antingen via vänner/ bekanta, Internet, broschyrer eller Sveaborgcentret.

Av alla 130 respondenterna svarade 25 att information om att besöka Sveaborg miljövänligt inte fanns tillgängligt. Av dessa 25 hade dock 11 respondenter svarat att de inte sökte upp någon förhandsinformation om destinationen. Av de 25 som inte hittade in-

formation hade tio respondenter sökt information från Internet, fem från vänner/bekanta åtta respondenter från broschyrer och två från Sveaborgcentret.

Sammanlagt 45 personer av 130 respondenter hade hittat information om att besöka Sveaborg miljövänligt antingen lätt eller genom att söka upp/fråga. Av dessa svarade dock 13 att de inte sökt upp någon förhands information. För de som funnit information om att besöka Sveaborg miljövänligt var Internet den populäraste informationskällan. Även vänner/bekanta och broschyrer användes som informationskälla. En av respondenterna hade funnit information om miljövänligt resande på Sveaborgcentret.

Tabell 3 Korstabell som jämför var respondenterna sökte upp förhandsinformation om destinationen med frågan ifall information om att besöka Sveaborg miljövänligt fanns tillgängligt. Procenten i tabellen baserar sig på 130 respondenter.

Information om miljövänlighet							
		Informationssökning ^a					Total
		Nej, jag är inte intresserad	Nej, jag vet tillräckligt om Sveaborg	Vänner och bekanta	Internet	Broschyrer	Sveaborgcentret
Ja, informationen var lätt tillgänglig	Count % of Total	1 ,8%	6 4,6%	7 5,4%	10 7,7%	4 3,1%	0 ,0%
Ja, hittade information då jag sökte/frågade efter	Count % of Total	0 ,0%	6 4,6%	4 3,1%	3 2,3%	6 4,6%	1 ,8%
Nej, information fann inte tillgängligt	Count % of Total	1 ,8%	10 7,7%	5 3,8%	10 7,7%	8 6,2%	2 1,5%
Jag sökte inte/hade inget behov av information	Count % of Total	7 5,4%	24 18,5%	9 6,9%	11 8,5%	14 10,8%	4 3,1%
Total	Count % of Total	9 6,9%	46 35,4%	25 19,2%	34 26,2%	32 24,6%	7 5,4%
							130 100,0%

Tabell 4 jämför antalet tidigare besök med informationssökning. Man ville få fram ifall det hur många gånger man har besökt Sveaborg tidigare påverkar på ifall respondenten söker upp förhandsinformation om destinationen. Frågan besvarades av 130 personer, det vill säga två respondenter lämnade frågan obesvarad. Observera att man kunde ge flera svar i frågan gällande informationssökning.

Av de 35 personer som hade besökt Sveaborg mer än 10 gånger var tre respondenter inte intresserade av förhandsinformation och 23 respondenter upplevde att de visste redan tillräckligt om Sveaborg. För de som besökt Sveaborg mer än 10 gånger, och ändå sökte upp förhandsinformation, var Internet den viktigaste informationskällan, och broschyrer kom på andra plats. Endast 11 av respondenterna hade besökt Sveaborg 5-10 gånger, men av dessa 11 upplevde nio att de vet redan tillräckligt om Sveaborg. En respondent hade sökt information från Internet och en från broschyrer.

Av de som besökt Sveaborg 1-4 gånger tidigare, har redan fler respondenter sökt upp förhandsinformation. Vänner/bekanta, Internet och broschyrer har alla varit rätt så populära informationskällor. Av de 32 respondenterna som besökt Sveaborg 1-4 gånger hade nio fått information från vänner och bekanta, nio sökt upp information från Internet och 10 från broschyrer. Sammanlagt 12 respondenter som besökt Sveaborg 1-4 gånger hade dock inte sökt upp någon information, och av dessa upplevde 11 att de vet tillräckligt om Sveaborg redan. Av de 53 respondenterna som besökte Sveaborg för första gången hade enbart åtta personer inte sökt upp någon förhandsinformation, men av dessa åtta var 5 personer inte över huvudtaget intresserade av information. För de som besökte Sveaborg för första gången var vänner/bekanta, Internet och broschyrer de absolut viktigaste informationskällorna medan Sveaborgcentret hade använts som informationskälla enbart av 5 respondenter.

Tabell 4 Korstabell som jämför informationssökning med antalet tidigare besök. Procenten i tabellen baserar sig på 130 respondenter.

Informationssökning jämfört med tidigare besök									
			Informationssökning ^a						Total
			Nej, jag är inte intresserad	Nej, jag vet tillräckligt om Sveaborg	Vänner och bekanta	Internet	Brochurer	Sveaborgscentret	
Hur många gånger har du besökt Sveaborg tidigare?	Första gången	Count % of Total	5 3,8%	3 2,3%	15 11,5%	16 12,3%	17 13,1%	5 3,8%	53 40,8%
	1-4 gånger	Count % of Total	1 ,8%	11 8,5%	9 6,9%	9 6,9%	10 7,7%	0 ,0%	32 24,6%
	5-10 gånger	Count % of Total	0 ,0%	9 6,9%	0 ,0%	1 ,8%	1 ,8%	0 ,0%	11 8,5%
	Mer än 10 gånger	Count % of Total	3 2,3%	23 17,7%	1 ,8%	8 6,2%	4 3,1%	2 1,5%	34 26,2%
Total		Count % of Total	9 6,9%	46 35,4%	25 19,2%	34 26,2%	32 24,6%	7 5,4%	130 100,0%

5.3 Säsongbundenhet

Sveaborg är en destination som präglas av stark säsongbundenhet. I enkäten frågades under vilka årstider respondenterna har besökt/ kunde tänka sig besöka Sveaborg. Respondenterna skulle kryssa för alla de årstider som passade dem. (Se tabell 5) Frågan besvarades av alla 132 respondenter. Eftersom undersökningen utfördes på sommaren hade alla respondenter besökt Sveaborg på sommaren. Den näst populäraste årstiden är

höst, därefter kommer vinter och till sist våren. Det fanns dock en skillnad mellan finländare och utlänningar. I genomsnitt var finländare mera öppna för att besöka Sveaborg utanför sommarsäsongen. Sammanlagt 44 respondenter hade besökt/ kunde tänka sig besöka Sveaborg under vintersäsongen, och av dessa 44 var 32 finländare. På samma sätt var 32 av de 49 respondenterna, som hade besökt/ kunde tänka sig besöka Sveaborg på hösten, finländare. Sammanlagt 39 respondenter hade besökt/ kunde tänka sig besöka Sveaborg på våren, och av dessa var 26 finländare.

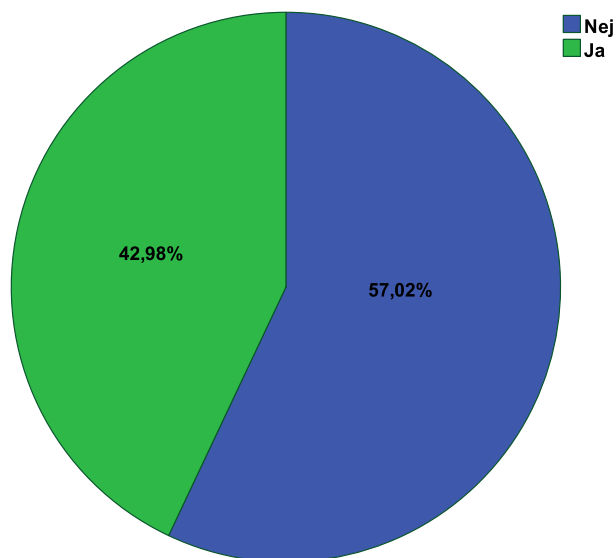
Tabell 5 Korstabell om säsongbundenhet jämfört med finländare och utlänningar. Procenten baserar sig på 132 respondenter.

Säsongbundenhet							
			Årstid ^a				Total
			Sommar	Höst	Vår	Vinter	
Språk	Finska	Count	74	32	26	32	74
		% of Total	56,1%	24,2%	19,7%	24,2%	56,1%
	Engelska	Count	58	17	13	12	58
		% of Total	43,9%	12,9%	9,8%	9,1%	43,9%
Total	Count	132	49	39	44	132	
	% of Total	100,0%	37,1%	29,5%	33,3%	100,0%	

5.4 Sortering

I miljöplanen för Förvaltningsnämnden för Sveaborg nämns att avfallshanteringen hör till Sveaborgs viktigaste miljöutmaningar. (Valkeisenmäki 2010:17) I enkäten frågades respondenterna ifall de upplever att sorteringsmöjligheterna på Sveaborg är tillräckliga. Frågan besvarades av 121 respondenter, vilket betyder att svaren saknades av 11 respondenter. Av de 121 respondenterna som besvarade frågan upplevde cirka 57 %, det vill säga en knapp majoritet att sorteringsmöjligheterna inte är tillräckliga.

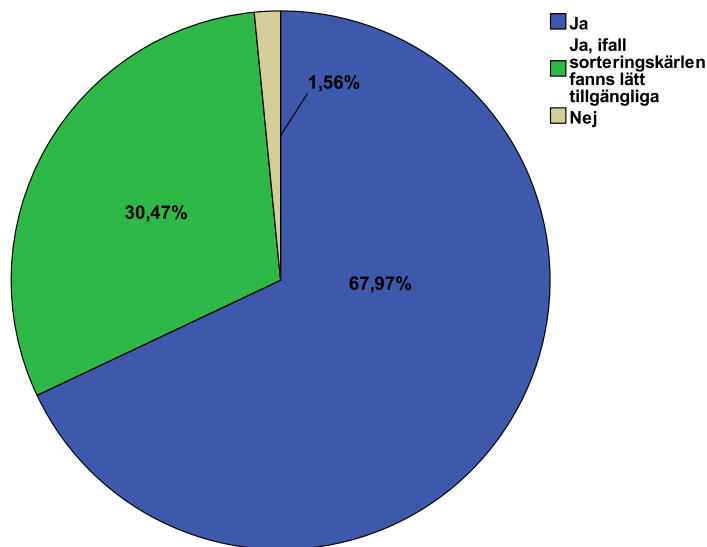
Upplever du att sorteringsmöjligheterna på Sveaborg är tillräckliga?



Figur 7 Cirkeldiagram som presenterar resultaten till frågan gällande sorteringsmöjligheter på Sveaborg.

I följande fråga undersöktes ifall respondenterna skulle sortera sitt avfall på Sveaborg ifall det fanns möjlighet. Frågan besvarades av 128 respondenter, och resultaten presenteras i cirkeldiagrammet på följande sida. Det visade sig att nästan 68 % skulle sortera sitt avfall och övriga cirka 30 % skulle sortera ifall sorteringskärlen fanns lätt tillgängliga. Enbart cirka 2 % svarade att de inte skulle sortera sitt avfall.

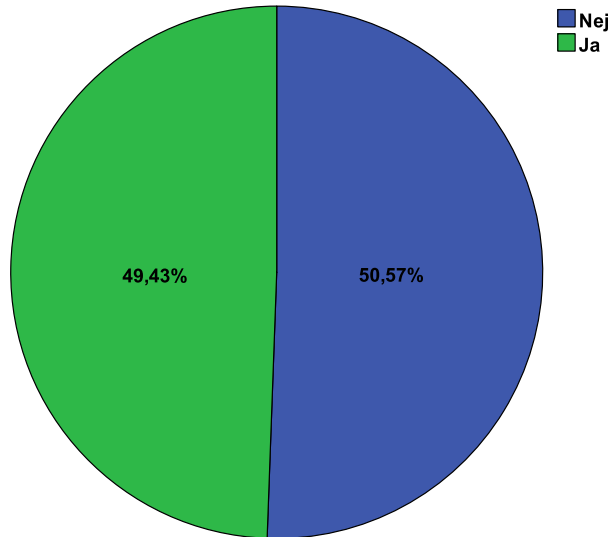
Skulle du sortera ditt avfall på Sveaborg, ifall det fanns möjlighet?



Figur 8 Cirkeldiagram som presenterar resultaten till frågan gällande respondenternas vilja att sortera sitt avfall på Sveaborg.

I figur 9 presenteras resultaten till frågan gällande respondenternas vilja att bära med sitt avfall till Salutorget, ifall där fanns sorteringskärl. I cirkeldiagrammen nedan har man beaktat enbart svaren av de respondenter som i föregående fråga svarade antingen "Ja" eller "Ja, ifall sorteringskärlen fanns lätt tillgängliga". Detta eftersom man kan anta att ifall man inte är villig att sortera över huvudtaget på Sveaborg, skulle man inte heller vara färdig att bära med sitt avfall från Sveaborg och sortera på Salutorget. Av alla 87 respondenterna svarade cirka hälften "ja" och hälften "nej", men med en halv procentenhets skillnad svarade dock majoriteten "nej".

Skulle du vara färdig att bära med ditt avfall till Salutorget, ifall där fanns sorteringskärl?



Figur 9 Cirkeldiagram som presenterar svaren till frågan gällande respondenternas vilja att bära med sitt avfall till Salutorget, ifall där fanns sorteringskärl

I enkäten fanns även en fråga som gällde "Vilka sorteringskärl saknar du på Sveaborg?". Denna fråga besvarades enbart av 46 respondenter av 132, det vill säga 86 respondenter lät bli att svara. Frågan var formulerad som en öppen fråga där respondenten fick själv skriva vad de saknade. Av dessa 46 respondenter som svarade på frågan upplevde 13 personer att det inte fanns tillräckligt med skräpkorgar, medan 18 saknade skilda sorteringskärl. Den sorteringsmöjligheten som mest begärdes var kärl för bioavfall. En respondent förtydligade svaret med att begära att bioavfallet skulle hanteras lokalt, det vill säga komposteras. Övriga sorteringskärl som begärdes var för glas, metall, plast, papper och energiavfall, samt samling av flaskor och burkar. Även askkoppar saknades.

En del av respondenterna tog även ställning till sorteringskärlens placering. En respondent saknade sorteringskärl till gästhamnen. Även simstranden och picknick- områden i allmänhet saknar sorteringskärl. En respondent påpekade att sorteringskärl kunde finnas vid bryggorna. Sortering för problemavfall saknades vid dockan. Av respondenterna

svarade 3 att de gärna skulle se mera noggrann och tydlig information om sortering för gästerna. Tre av de 46 respondenterna som besvarade frågan tog trots allt ingen ställning till frågan eftersom de inte hade haft något skräp.

5.5 Visitor Management

I frågeformuläret fanns fyra frågor som handlade om Visitor Management, det vill säga om att hantera/ vägleda besökarna. Frågorna var formulerade så att respondenterna fick ta ställning till hur deras reseupplevelse skulle påverkas ifall nya åtgärder gällande Visitor Management togs i bruk. Första frågan gällde ”Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarmängden på Sveaborg skulle begränsas?”. I tabell 6 är frågan kombinerad, i form av en korstabell, med frågan gällande huvudsakliga orsaken till besöket. Frågan besvarades av 128 respondenter, det vill säga 4 respondenter lät bli att svara. Största delen av alla respondenter upplevde att reseupplevelsen inte skulle påverkas på något sätt ifall man begränsade antalet besökaren. Av alla 128 respondenter svarade 51 personer att reseupplevelsen skulle påverkas neutralt. Av de som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas neutralt var majoriteten, 25 personer, på Sveaborg för att bekanta sig med sevärdheter/museer och 16 personer på grund av friluftsliv/ simning eller picknick.

Av alla respondenter upplevde sammanlagt 47 personer att reseupplevelsen skulle påverkas antingen negativt eller delvis negativt. Däremot svarade 30 personer att reseupplevelsen skulle påverkas antingen positivt eller delvis positivt. Av de respondenterna som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas negativt eller delvis negativ var majoriteten på Sveaborg för att njuta av friluftsliv/simning eller picknick. Även en del sevärdhet/ museegäster upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas negativt eller delvis negativt. Av de respondenterna som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas antingen positivt eller delvis positivt var likaså största delen på Sveaborg för att njuta av friluftsliv/simning eller picknick, och näst mest av respondenterna hade besökt Sveaborg på grund av sevärdheter/museer. Skillnaden mellan dessa var dock inte lika stor. Som en sammanfattning kan man alltså konstatera att majoriteten upplevde att reseupp-

levelsen inte påverkas alls, och mest negativt till begränsningarna ställde sig friluftsliv/simning och picknick- gästerna.

Tabell 6 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall besökarmängden på Sveaborg skulle begränsas, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.

Huvudsakliga orsaken till besöket? * Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarmängden på Sveaborg skulle begränsas?

Count			Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarmängden på Sveaborg skulle begränsas?				
			Negativt	Delvis negativt	Neutralt	Delvis positivt	Positivt
Huvudsakliga orsaken till besöket?	Friluftsliv/simning/piknik		7	17	16	7	5
	Sevärdheter/museer		7	7	25	5	5
	Bildkonst/ musik/ teater		0	1	0	2	0
	Möte/ arbete		2	3	6	4	0
	Studier/ hobby		0	0	3	0	0
	Fest		0	1	0	0	0
	Besök i restaurang/café		1	1	1	0	2
Total			17	30	51	18	12

Följande fråga gällande Visitor Management handlade om inträdesavgift till Sveaborg. Frågan besvarades av 128 respondenter, och här skulle respondenterna ta ställning till hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift. (Se tabell 7) Det visade sig att majoriteten av alla respondenter, det vill säga 92 personer, upplevde detta som negativt eller delvis negativt. Av dessa 92, upplevde dock majoriteten, 61 respondenter, att inträdesavgiften skulle påverka reseupplevelsen enbart delvis negativt. Av de respondenterna som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas negativt var majoriteten på Sveaborg för att besöka Sevärdheter/museer. Av de respondenterna som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas delvis negativt, var majoriteten på Sveaborg för att njuta av friluftsliv/simning eller picknick. I undersökningen deltog sammanlagt 15 personer som hade besökt Sveaborg på grund av möte/arbete. Av dessa respondenter upplevde fyra att reseupplevelsen skulle påverkas negativt, och fyra att reseupp-

levelsen skulle påverkas delvis negativt. Fem av arbetsresenärerna upplevde inträdesavgifterna som neutrala, och två som delvis positiva.

Av alla 128 respondenter som besvarade frågan upplevde 29 personer att inträdesavgiften skulle påverka reseupplevelsen neutralt. Av dessa respondenter var majoriteten på Sveaborg för att besöka sevärdheter/museer. Endast en respondent upplevde att inträdesavgiften skulle påverka reseupplevelsen positivt, och sex personer upplevde att det skulle påverka delvis positivt.

Tabell 7 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.

Huvudsakliga orsaken till besöket? * Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift?

Count	Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift?					Total
	Negativt	Delvis negativt	Neutralt	Delvis positivt	Positivt	
Huvudsakliga orsaken till besöket?						
Friluftsliv/ simning/piknik	11	29	8	3	1	52
Sevärdheter/museer	15	19	14	1	0	49
Bildkonst/ musik/ teater	0	2	1	0	0	3
Möte/ arbete	4	4	5	2	0	15
Studier/ hobby	1	2	0	0	0	3
Fest	0	1	0	0	0	1
Besök i restaurang/ café	0	4	1	0	0	5
Total	31	61	29	6	1	128

I tabell 8 presenteras resultaten till frågan ”Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas enbart på ett begränsat område på Sveaborg?”. Frågan jämfördes i form av en korstabell med respondenternas huvudsakliga orsak att besöka Sveaborg. Frågan besvarades av 124 respondenter, vilket betyder att 8 personer lät bli att svara på frågan. Även denna idé visade sig att påverka respondenternas reseupplevelse negativt. Av alla 124 respondenter upplevde till och med 55 personer att reseupplevelsen skulle

påverkas delvis negativt, och 25 personer att reseupplevelsen skulle påverkas negativt. Av de som ställde sig negativt till iden var majoriteten antingen friluftsesenärer eller sevärdhets-/ museegäster. Av alla respondenter upplevde 34 att reseupplevelsen inte skulle påverkas på något sätt, och också av dessa respondenter var majoriteten på Sveaborg antingen för att njuta av sevärdheter/museer, eller av friluftsliv/simning eller picknick. Av alla respondenter upplevde 10 personer att reseupplevelsen skulle påverkas positivt eller delvis positivt. Majoriteten av de som ställde sig positivt till iden, hade besökt Sveaborg på grund av möte eller arbete. Restaurang/ cafébesökarna upplevde i allmänhet att reseupplevelsen inte skulle påverkas.

Tabell 8 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.

Huvudsakliga orsaken till besöket? * Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas enbart på ett begränsat område på Sveaborg?

Count			Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas enbart på ett begränsat område på Sveaborg?					Total
			Negativt	Delvis negativt	Neutralt	Delvis positivt	Positivt	
Huvudsakliga orsaken till besöket?	Friluftsliv/ simning/piknik		14	22	11	2	1	50
	Sevärdheter/museer		10	24	13	0	2	49
	Bildkonst/ musik/ teater		0	1	2	0	0	3
	Möte/ arbete		0	5	5	3	1	14
	Studier/ hobby		0	2	0	0	0	2
	Fest		0	1	0	0	0	1
	Besök i restaurang/ café		1	0	3	1	0	5
Total			25	55	34	6	4	124

I tabell 9 presenteras resultaten till frågan ”Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas på Sveaborg en begränsad tid på dygnet?”, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket. Frågan besvarades av 128 respondenter. Det visade sig att 58 personer upplevde att iden skulle påverka reseupplevelsen delvis negativt och 19 personer upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas negativt. Av de som upplevde

att reseupplevelsen skulle påverkas delvis negativt var en tydlig majoritet på Sveaborg för att njuta av friluftsliv/simning eller picknick. Av de som upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas negativt var majoriteten antingen på Sveaborg för att besöka sevärdheter/ museer, eller på grund av friluftsliv/simning eller picknick.

Av alla respondenter som besvarade frågan upplevde sammanlagt 44 personer att begränsningarna i tiden då man får besöka Sveaborg, inte skulle påverka reseupplevelsen. Av de som ställde sig neutralt till iden var en tydlig majoritet på Sveaborg för att besöka sevärdheter/museer. Iden upplevdes som positiv av enbart en respondent. Delvis positivt ställde sig sex personer till iden, och av dessa sex var tre personer på Sveaborg på grund av friluftsliv/simning eller picknick, och tre personer på grund av möte/arbete.

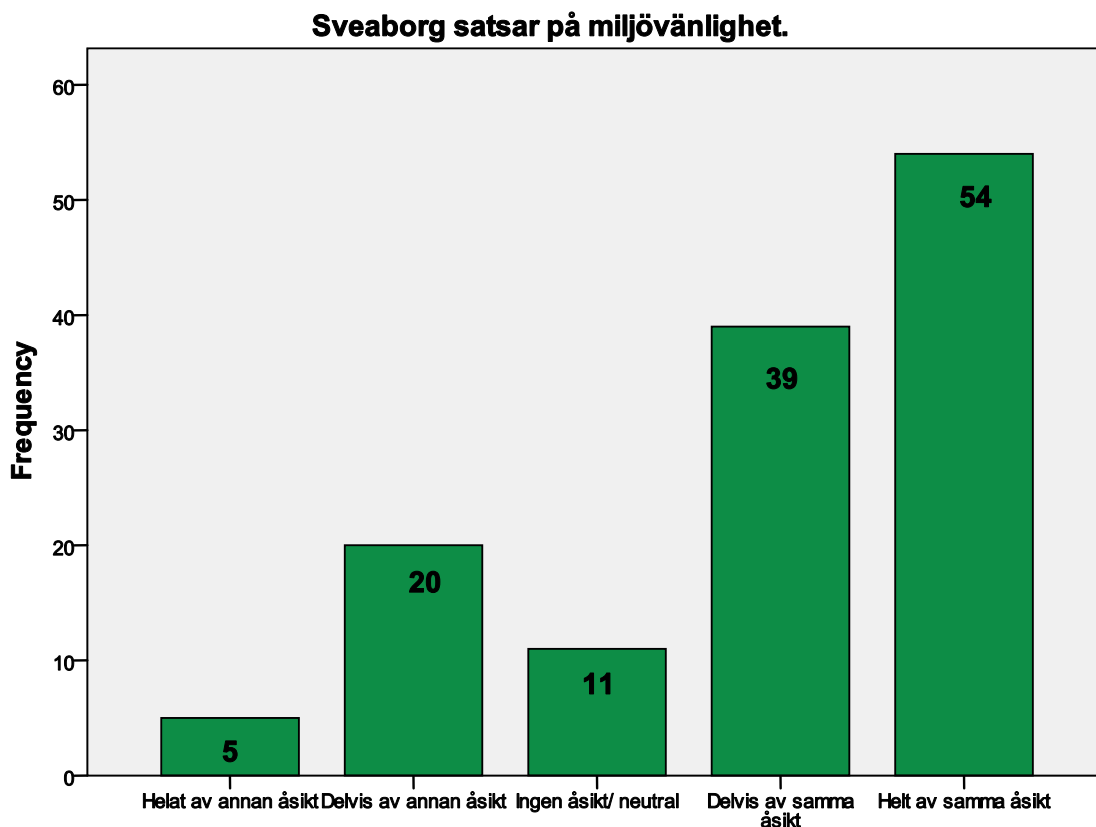
Tabell 9 Korstabell om hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall besökarna fick vistas på Sveaborg en begränsad tid på dygnet, jämfört med frågan om huvudsakliga orsaken till besöket.

Huvudsakliga orsaken till besöket? * Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas på Sveaborg en begränsad tid på dygnet?

Count			Hur skulle din reseupplevelse påverkas ifall besökarna fick vistas på Sveaborg en begränsad tid på dygnet?					Total
			Negativt	Delvis negativt	Neutralt	Delvis positivt	Positivt	
Huvudsakliga orsaken till besöket?	Friluftsliv/ simning/piknik		7	27	14	3	1	52
	Sevärdheter/museer		9	19	21	0	0	49
	Bildkonst/ musik/ teater		1	1	1	0	0	3
	Möte/ arbete		2	4	6	3	0	15
	Studier/ hobby		0	3	0	0	0	3
	Fest		0	1	0	0	0	1
	Besök i restaurang/ café		0	3	2	0	0	5
Total			19	58	44	6	1	128

5.6 Sveaborg som en hållbar destination

Syftet med hela undersökningen är att få fram hur Sveaborg kunde bli en mer miljömäsig hållbar destination. Med enkätundersökningen ville vi få fram ifall respondenterna upplever att Sveaborg redan satsar på miljövänlighet, samt på vilket sätt respondenterna tycker att Sveaborg kunde satsa på miljövänlighet ännu mer. I figur 10 presenteras respondenternas åsikter om ifall Sveaborg satsar på miljövänlighet. Frågan besvarades av 129 respondenter, vilket betyder att 3 respondenter lämnade frågan obesvarad. Av dessa 129 respondenter var 54 personer helt av den åsikten att Sveaborg satsar på miljövänlighet, och 39 respondenter delvis av den åsikten att Sveaborg satsar på miljövänlighet. Av respondenterna var däremot 20 delvis av annan åsikt, och fem personer helt av annan åsikt. Av 129 respondenter ställde sig 11 personer neutralt till påståendet.



Figur 10 Ett stapeldiagram som presenterar hur respondenterna ställer sig till påståendet om att Sveaborg satsar på miljövänlighet.

Frågan gällande respondenternas uppfattning om Sveaborg som en miljövänlig destination jämfördes med frågan om ifall respondenten upplever att de fått tillräckligt med

information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt. I tabell 10 har man tagit med de respondenterna som upplever att Sveaborg inte satsar på miljövänlighet samt de som inte tog ställning till påståendet. Dessa var sammanlagt 36 respondenter och alla hade besvarat även frågan om de upplever att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt. Majoriteten av de respondenter som upplevde att Sveaborg inte satsar på miljövänlighet eller inte hade någon åsikt hade inte sökt eller hade inget behov av information gällande hållbart resande till Sveaborg. Av dessa 36 respondenter upplevde att Sveaborg inte satsar på miljövänlighet eller inte hade någon åsikt tyckte till och med 11 respondenter att information inte fanns tillgängligt. Fem av respondenterna hade hittat information då de frågat/ sökt upp information, och tre personer upplevde att information om miljövänligt resande till Sveaborg fanns lätt tillgängligt.

Tabell 10 Korstabell om respondenterna, som upplevt att Sveaborg inte satsar på miljövänlighet eller inte hade någon åsikt, upplevde att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt.

Upplever du att du fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt? *

Sveaborg satsar på miljövänlighet.

Count

		Sveaborg satsar på miljövänlighet.			Total
		Helat av annan åsikt	Delvis av annan åsikt	Ingen åsikt/ neutral	
Upplever du att du fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt?	Ja, informationen var lätt tillgänglig	0	2	1	3
	Ja, hittade information då jag sökte/ frågade efter	0	4	1	5
	Nej, information fann inte tillgängligt	2	7	2	11
	Jag sökte inte/ hade inget behov av information	3	7	7	17
Total		5	20	11	36

Till sist i enkäten frågades respondenterna hur Sveaborg kunde bli en miljövänligare destination. Det var en öppen fråga där respondenterna fick fritt skriva om sina förbätt-

ringsförslag. Frågan besvarades av enbart 37 respondenter, vilket betyder att till och med 95 respondenter lämnade frågan obesvarad. Absolut största delen av förbättringsförslagen handlade om avfallshantering eller sortering i någon form. Det önskades mera sorteringsmöjligheter och mera soptunnor, samt regelbunden tömning av dem. Gällande sortering önskade man speciellt sortering för flaskor och bioavfall. För bioavfallen föreslogs att det kunde finnas en egen kompost på ön. Angående avfallshantering önskades även bättre marknadsföring om minimering av avfall. En respondent föreslog även böter för de som skräpar naturen. En annan respondent tyckte att skräpandet kunde minska ifall man sålde biljetter till picknick områden. Det föreslogs även att viktiga naturområden kunde inhägnas.

Flera respondenter påpekade även att färgetrafiken till Sveaborg inte är miljövänlig, och det önskades att man skulle fundera på mer ekologiska och energieffektiva alternativ. Det föreslogs bland annat solpaneler, segelbåtar och att man skulle bygga en bro. Mindre ambitiösa förslag var att ha vattenbussen att åka mer sällan, till exempel med 45 minuters eller en timmes mellanrum. En respondent fäste uppmärksamheten till trafiken på ön, och önskade att man skulle begränsa biltrafiken på Sveaborg.

Flera respondenter önskade att mer information om miljövänlighet skulle finnas tillgängligt. För det första önskades att vid sorteringskärnen skulle finnas detaljerade instruktioner till hur man sorterar. Några respondenter upplevde att turisterna behöver information och vägledning om hur man beter sig på ön, och en respondent tyckte att man även måste förklara varför det är viktigt att man skyddar miljön. Det önskades även information om vad destinationen själv gör för att öka på miljövänligheten. En annan respondent påpekade att företagarna och tjänsteleverantörerna bör bära sitt ekologiska ansvar. Denna undersökning kritiserades också som oekologisk eftersom för mycket papper var utskrivet.

Förutom dessa ovanstående idéer, togs även upp olika enstaka förbättringsförslag, vissa mer realistiska än de andra. Det föreslogs bland annat att man skulle använda vindkraft

på ön, förbjuda rökning, bygga upp miljövänliga toaletter, städa ön mera och försöka utvidga säsongen. Det kom även förbättringsförslag som inte direkt hade med miljövänlighet att göra men som dock är värda att ta upp. Det önskades bland annat information till föräldrarna att man inte skall låta barnen gå för nära vitkindade gåsarna, speciellt då de har ungar eftersom de kan bete sig aggressivt. Man önskade även mera blommor som skulle göra ön mera trivsamt, och skyltar med namn på växter.

6 DISKUSSION

I detta kapitel diskuteras och analyseras resultaten till undersökningen. De resultat som kommit fram i undersökningen kopplas ihop med teorin och arbetets syfte. Syftet med arbetet var att karlägga vad resenärerna samt Förvaltningsnämnden för Sveabor kan, bör och är färdiga att göra för att Sveaborg i framtiden skulle vara miljömässigt en så hållbar destination som möjligt. I metoddiskussionskapitlet (se s. 35) togs upp de största utmaningarna gällande miljömässig hållbarhet i destinationen. I diskussionen hänvisas tillbaka till dessa utmaningar, och till arbetets teoridel. Diskussionskapitlet är indelat i tre delar; information och vägledning för besökaren, Visitor Management och faciliteter för besökaren.

Dryga hälften av respondenterna besvarade enkäten på finska, resten på engelska. Jag upplevde att det inte är relevant med tanke på syftet att fråga efter respondenternas nationalitet, men upplevde dock att det i vissa frågor var värt att skilja på och jämföra finländarnas och utlänningarnas åsikter och attityder. Detta eftersom man lätt kan anta att finländarnas motiv och attityd mot besöket kan variera en hel del jämfört med utländska gäster. Själv upplever jag att både finländarna och utlänningarna var båda positivt inställda mot undersökningen, och ställde gärna upp med att besvara enkäten.

De övriga frågorna gällande bakgrundsvariabler var samma som Förvaltningsnämnden för Sveaborg använder i sina regelbundna serviceundersökningar. Detta för att Förvaltningsnämnden för Sveaborg möjligen kan jämföra undersökningarna och respondenterna sinsemellan. Frågorna gällande bakgrundsvariabler säger inte mycket i sig, men genom att jämföra de egentliga frågorna med frågorna gällande bakgrundsvariabler, upplever jag att ger undersökningen mervärde. Frågan gällande huvudsakliga orsaken till besöket, jämfördes bland annat med åsikter om hur olika åtgärder för att befrämja miljömässig hållbarhet i destinationen skulle påverka respondentens reseupplevelse. Frågan som behandlade tidigare besök jämfördes bland annat med en fråga som tangerade informationssökning. Av frågorna gällande bakgrundsvariabler, visade sig frågan som handlade om besökets längd vara orelevant med tanke på undersökningen.

6.1 Information och vägledning för besökaren

Enligt Swarbrooke är det bästa sättet att vägleda turister mot mer hållbart beteende att öka på kännedom om olika val och möjligheter man som turist har, och hur dessa val påverkar miljön. Pedersen skriver att ett sätt att informera turister är att ha information tillgängligt i form av broschyrer eller på webbsidorna. Detta kräver trots allt att besökarna själv söker upp informationen. I undersökningen visade sig att en stor del av besökarna inte hade sökt upp någon förhandsinformation om destinationen. Det gäller med andra ord att fundera på hur man kan nå besökarna, och sprida information utan att besökarna behöver själv ta något initiativ. Ett sätt är att ordna synliga kampanjer. Själv upplever jag dock att en kampanj som pågår enbart en begränsad tid inte skulle nå tillräckligt med besökaren, eftersom största delen av besökarna besöker Sveaborg en gång om året. Detta betyder att kampanjen skulle nå enbart de besökarna som råkar besöka Sveaborg under kampanjen. Kampanjer lär fungera bättre i besöksmål dit kunderna har en tendens att återkomma ofta, och på detta sätt har en möjlighet att utnyttja den kunskap som kampanjen gett. Kampanjer om miljömedvetna val kunde möjligen ordnas för ortsborna, men detta kommer inte att behandlas desto mera i detta arbete. I stället för kampanjer, tycker jag att man däremot kunde utnyttja färjan/ vattenbussen till att informera besökaren. Det är ett måste för besökarna att åka med färjan/ vattenbussen, vilket med andra ord betyder att besökarna inte kommer undan den information, ifall den presenteras på ett effektivt sätt. För tillfället finns det en infoskylt med ordningsregler på färjan, men efter att ha själv åkt dagligen till Sveaborg under två sommarsäsonger, kan jag säga att den informationen inte når särskilt många besökaren. Det är sällan man ser någon stå framför tavlan och läsa igenom förbud och regler. Ett mer fungerande system kunde vara att ha till exempel någon form av info- TV eller film på färjan som kort och positivt skulle presentera hur man bör bete sig på ön. Samma film kunde finnas i Sveaborgcentret. Ett annat alternativ kunde vara verbal information från en högtalare. Nuförtiden kunde även mobila applikationer ses som ett alternativ.

Enligt Pedersen fungerar all undervisningsmaterial mest effektivt för besökaren som antingen saknar helt och hållet, eller har begränsade erfarenheter och kännedom om destinationen. Man kan anta att finländarna i allmänhet har bättre förhandskännedom om

Sveaborg, och därför inte använder sig av informationsmaterial. I många fall kan dock de som besöker destinationen oftare påverka miljön mest. Av egen erfarenhet, och efter att ha diskuterat med övrig personal och invånaren på Sveaborg, är det finländaren som kommer till ön för att ha picknick på kvällssidan, som påverkar miljön mest negativt. Detta sker genom att skräpa och röra sig på områden med erosionsrisk. Eftersom dessa besökaren varken söker upp information i förhand, eller besöker Sveaborgcentret är färjan kanske den enda möjligheten att nå dessa besökares uppmärksamhet.

Trots att en stor del av respondenterna som deltog i undersökningen upplevde inte behöva någon förhandsinformation, hade en del ändå använt sig av det förhandsmaterial som finns tillgängligt. De populäraste informationskällorna var Internet och broschyrer. I dessa informationskällor kunde miljömässig hållbarhet tas upp. Enligt Pedersen är personlig kontakt mellan personalen och besökarna ett effektivt sätt att öka på besökarnas miljökunskap. Det kunde vara bra att fundera hur man skulle öka på besökarnas mängd vid informationsdisken, då enbart 7 personer av 130 respondenter hade sökt upp information från Sveaborgcentret. För att detta skulle ha någon nytta bör personalen vara väl utbildad med tanke på miljöfrågor. Det är viktigt att komma ihåg att det inte hjälper att förbjuda eller uppmuntra, besökarna vill veta orsaken till att varför man måste bete sig på ett visst sätt. Därför är det viktigt att all personal på ön är medveten även om orsakerna bakom reglerna. Som exempel av egen erfarenhet kan jag nämna användandet av engångsgrillar på ön, vilket då är förbjudet. Efter att ha arbetat två sommarsäsongen på Sveaborg har jag flera gånger råkat ut för att förbjuda användningen av dessa engångsgrillar. Det har visat sig att då man enbart förbjuder, fortsätter grillandet efter att man vänt ryggen. Däremot om man blir och diskuterar med besökarna och berättar om varför det är förbjudet, brukar budskapen gå fram på ett betydligt effektivare sätt. Därför skulle jag poängtera vikten i att utbilda personalen väl.

I enkäten frågades skilt ifall respondenterna upplevde att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt. Av finskspråkiga respondenterna hade majoriteten inte sökt/haft behov av information av detta slag. Detta kan förklaras med finländarnas initiativ att söka upp förhandsinformation i allmänhet. Av de respon-

denter som besvarade enkäten på engelska hade betydligt fler för det första sökt upp information av detta slag, och för det andra även hittat information och upplevt att information fanns lätt tillgängligt. Dessa resultat talar även för att det är lättare att nå utlänningar med det material och den information man ger ut. För tillfälle finns trots allt information om att besöka Sveaborg miljövänligt enbart i form av ordningsregler. Jag antar att de som upplevde att information fanns lätt tillgängligt, har tolkat ordningsreglerna som råd till miljövänligt vistelse på Sveaborg. Dessa ordningsregler finns nämligen tillgängliga på färjan, i hamnen, på Sveaborgcentret, i broschyrer samt på webbsidorna. De respondenter som upplevde att information inte fanns tillgängligt har antingen missat dessa ordningsregler, eller sedan inte kopplat ordningsreglerna ihop med miljövänlighet. För att dessa ordningsregler kunde tolkas mer som allmänna råd gällande hållbar turism, upplever jag att reglerna behöver mera bakgrundsinformation och förklaringar. Eftersom det trots allt är bra att ha ordningsreglerna klart och tydligt presenterade, kan det vara bättre att skapa skilt material om hur man besöker Sveaborg miljövänligt, och sträva efter att göra denna information lätt tillgänglig, till exempel i färjorna.

Många av de förbättringsförslag som respondenterna fick fritt skriva om, handlade om informationsspridning. För det första önskades detaljerad och lättförstådd information om sortering. Mera diskussion om sortering följer i avsnittet om faciliteter för besökaren. Det önskades även allmän information om hur besökarna bör bete sig, och detta upplever jag att absolut borde finnas tillgängligt. Man borde uppmuntra besökarna att sortera eller bära med sitt skräp tillbaka till fastlandet. Man borde uppmuntra besökarna att hålla sig på de stigar och farled som finns utritade på kartan för att undvika slitage och erosion. En respondent var ute efter information om vad destinationen själv gör för att skydda miljön. En annan respondent påpekade att företagarna och tjänsteleverantörerna bör bära sitt ansvar om miljön. Detta upplever jag också att är viktigt att informera om. Pedersen påpekar att personalen skall fungera som goda exempel på hur man bör bete sig i destinationen. Även enligt UNESCO:s klimatstrategi bör världsarvsdestinationerna ge gott exempel i vad som gäller anpassande till klimatförändringen. För att dessa exempel skulle nå sin största möjliga nytta är det viktigt att informera besökarna om alla åtgärder gällande miljömässig hållbarhet som vidtas på Sveaborg. I kapitlet om Environmental Management behandlades åtgärder som företagen själv kan göra för att

förbättra den miljömässiga hållbarheten. Även där togs upp trycket om att rapportera kunderna om sina miljöåtgärder. Jag upplever att det är ytterst viktigt att information om de miljöåtgärder som Förvaltningsnämnden för Sveaborg har vidtagit, skulle finnas tillgängligt för de kunder som är intresserade till exempel på Förvaltningsnämndens webbsidor. Däremot bör information om hur besökarna själv önskas bete sig finnas tillgängligt för alla, utan att man själv behöver söka upp det.

6.2 Visitor Management

I enkäten frågades hur olika sätt att utöva Visitor Management skulle påverka besökarnas reseupplevelse. Första frågan gällande Visitor Management gällde hur reseupplevelsen skulle påverkas ifall besökarantalet på Sveaborg skulle begränsas. Det visade sig att majoriteten av respondenterna upplever att reseupplevelsen skulle påverkas neutralt, det vill säga påverkas varken positivt eller negativt. Detta kunde vara ett alternativ att fundera på under livligaste sommarsäsongen. Man kunde följa med besökarantalen vid ingången till färjan och vattenbussen, och försöka hålla balans på de som kommer och går, så att ön inte skulle överbelastas. Det första man då kommer att tänka på är att man förlorar ju pengar på det. Det är ändå värt att komma ihåg att majoriteten av de gäster som besöker Sveaborg under heta och soliga sommandagar är gäster som har egen mat med sig, och använder inga tjänster på ön. Dessutom är det skäl att komma ihåg att ifall man inte idag lägger märke till hållbarheten, kommer ekonomin förr eller senare att rasa, då ingen vill besöka destinationer som är nedsmutsade och totalt slitna. Ett sätt att utöva Visitor Management är att rikta sin marknadsföring enbart till önskade kundsegment. Man kunde fundera på hur man lockar bättre till besökaren som använder tjänster på Sveaborg, samt hur man på plats kan locka människor att använda sig av de tjänster som erbjuds. Detta är dock inte direkt kopplat med miljörelaterad hållbarhet. Man bör ändå komma ihåg att alla besökaren belastar ön, men de som hämtar pengar till ön är på ett sätt med att stöda utvecklingen och skyddandet av destinationen. Dessutom kan man dra en slutsats att de besökare som kommer till ön för att besöka museer och caféer, i allmänhet belastar den känsliga miljön mindre än de som kommer för att ha picknick och spela fotboll i Pipers Park.

Begränsningen av besökarantalen per dag kunde i bästa fall utvidga säsongen. Ifall människorna visste att Sveaborg enbart tar emot en viss mängd gäster per dag, skulle alla som vill besöka Sveaborg inte nödvändigtvis välja de några varmaste dagarna under sommaren, utan även andra regnfria dagar kunde locka till fler gäster. Ifall folkmassorna per dag skulle minska, skulle det vara lättare att hantera gästerna. De som kommer på picknick till ön vill ofta hitta någon bra plats där man får vara i ro. Då ön är full av gäster sprider sig gästerna överallt på ön och det är svårt att hantera dessa folkmassor. Om däremot mängden gäster var mindre, kunde man locka till folk till särskilda picknickområden genom att erbjuda service som till exempel toaletter och avfallshantering. Ifall besökarantalen begränsades skulle dessutom högst antagligen en stor del av besökarna komma till ön redan tidigt på morgonen eller förmiddagen, och detta kunde begränsa mängden picknick gäster som kommer till ön på kvällssidan för att härja och njuta egna alkoholdrycker. I undersökningen visade sig att de som ställde sig mest negativt till idén att begränsa besökarantalet var gäster som besökte ön för att njuta av friluftsliv/picknick eller simning, medan övriga resenärer upplevde idén vara rätt så neutral. Rätt så få respondenter upplevde dock att idén skulle påverka reseupplevelsen positivt. Här måste man dock komma ihåg att alla respondenter inte nödvändigtvis har tänkt på att begränsning av besökarantalen kunde påverka miljön positivt. Det är knappast många som vill besöka Sveaborg ifall ön hade lidit av svår erosion, var förorenad och totalt fullsatt av turister. Det är värt att komma ihåg att själva turisterna ofta kan ses som visuella disattraktioner i destinationen ifall de finns massvis och sticker ut ur övriga omgivningen. I Helsingfors skärgård finns många olika öar som är menat för friluftsliv och rekreation, och det kunde vara värt att marknadsföra dessa öar mera för de som enbart vill gå på picknick under en vacker sommardag, medan Sveaborg kunde marknadsföras mera som en kulturdestination. Detta är dock inte Förvaltningsnämnden för Sveaborg som kan marknadsföra de övriga öarna, men detta kunde diskuteras och övervägas i allmänhet av Helsingfors Stad.

Det finns även nackdelar med att begränsa besökarantalet. Själv upplever jag för det första att Sveaborgs rikedom som besöksmål är att det faktiskt är en öppen stadsdel där man får röra sig fritt och njuta av den vackra miljön. Allt för stränga begränsningar kunde i värsta fall minska på öns attraktionskraft. Det att ön besöks av Helsingforsbon och andra finländare, ger en positiv bild till utländska turister, då Sveaborg inte enbart är en turistattraktion. Dessutom kunde det vara bra att undersöka vilket ökar erosionen mera, stora folkmassor per dag under en kort period eller mindre folkmassor per dag under en längre period.

Ett annat sätt att utöva Visitor Management är genom prissättning. Respondenterna fick ta ställning till hur deras reseupplevelse skulle påverkas ifall Sveaborg hade en inträdesavgift. Som man nästan kunde förvänta sig ställde sig största delen av respondenterna negativt till idén. Av de respondenter som ställde sig mest negativt till idén om inträdesavgifter var största delen på ön för att besöka museer och andra sevärdheter. Man kan lätt förstå att de som redan betalar inträde till museer, inte önskar ytterligare avgifter till besöket. Däremot de som kommer till Sveaborg för att ha picknick, gör det i allmänhet gratis, då de inte använder tjänster under besöket. Ett sätt att utöva Visitor Management genom prissättning är att prissätta skilt olika aktiviteter, så att det som skadar miljön mest kostar mera. Som tidigare nämnt är den allmänna uppfattningen den att picknickgästerna skadar miljön mest. I frågan om förbättringsförslag gällande miljövänlighet på Sveaborg, föreslog en respondent att man skulle sälja biljetter till picknickområdet. Detta kunde dock vara svårt eftersom man då egentligen borde ha staket runt det livligaste picknickområdet, vilket däremot skulle leda till att picknickgästerna skulle sprida sig ännu mera omkring ön. Ett alternativ kunde vara att man skulle sälja inträdesbiljetter till ön, i vilka det ingår inträde till ett visst antal museer. Då skulle alla som kommer till ön betala en lika stor inträdesavgift, och sedan får besökarna välja själv ifall de vill besöka dessa sevärdheter som ingår i priset eller enbart sola sig, simma och njuta av picknick. Ett annat alternativ skulle vara att variera på prissättningen enligt efterfrågan. Man kan ha olika priser beroende på bland annat säsong, veckodag eller tid på dagen. På Svea-

borg kunde man tänka sig att under de varmaste sommarmånaderna kunde inträdesavgiften vara högre än under resten av året.

I destinationer där stora folkmassor rör sig, är det i vissa fall viktigt att styra var besökarna rör sig inom destinationen. På Sveaborg är detta ytterst viktigt eftersom ön för det första är bosatt, och det är önskvärt att besökarna så lite som möjligt skulle störa lokalbefolkningen. För det andra är miljön känslig för erosion och slitage. Man har försökt styra folkmassorna genom att markera ut på turistkartan en rekommendationsrutt för besökarna. Denna rutt leder till de viktigaste turistattraktionerna, medan de bosatta delarna av ön får mindre uppmärksamhet på kartan. I undersökningen frågades respondenterna hur deras reseupplevelse skulle påverkas ifall besökarna fick vistas enbart på ett begränsat område på Sveaborg. Majoriteten av de som besvarade frågan upplevde att reseupplevelsen skulle påverkas antingen negativt eller delvis negativt. Av dessa respondenter var majoriteten på Sveaborg för att njuta av friluftsliv/ picknick. Största delen av besökarna håller sig på "turistrutten", utan att man desto mer behöver styra dem, och därför kan man anta att av dessa respondenter har också största delen gjort det. Det att så många ställde sig negativt till denna fråga kan antas bero på att människor i allmänhet ställer sig negativt till begränsningar. Tio respondenter upplevde trots allt att reseupplevelsen skulle påverkas antingen positivt eller delvis positivt, och av dessa respondenter var majoriteten på Sveaborg på grund av möte/arbete. Detta kan förklaras med att dessa respondenter ser ön från en annan synvinkel än fritidsresenärerna. Efter att själv ha jobbat två sommarsäsonger på Sveaborg, och lärt känna lokalbefolkning, kan jag lätt konstatera att även en stor del av befolkningen skulle uppleva dessa begränsningar som positiva. Att lyssna på lokalbefolkningens önskemål och ge dem möjligheten att delta i planeringen av destinationen är väsentliga delar gällande socialt hållbarhet. Denna undersökning koncentrerar sig dock på miljörelaterad hållbarhet och därför kommer lokalbefolkningens synvinkel inte att behandlas desto djupare. Man kan ändå konstatera att Förvaltningsnämnden för Sveaborg nog tar hänsyn till lokalbefolkningen, och gör regelbundet undersökningar där man mäter lokalbefolkningens välmående och åsikter.

Från miljömässig synvinkel kan det också vara ytterst viktigt att begränsa områden där besökarna får röra sig. På Sveaborg finns mycket sällsynta och fridlysta växter, och för att skydda dessa, rekommenderas besökarna att behålla sig på stigar och farled som är utprickade på turistkartan. Även erosion är ett problem som hotar Sveaborg, eftersom den uppbyggda naturmiljön är ytterst känslig. För tillfället försöker man styra folkmassor att undvika de allra känsligaste områden genom skyltar. (Se bild 1 s. 37) Som tidigare konstaterat förhåller sig besökarna trots allt ofta respektlös mot förbud. Det skulle vara viktigt att få besökarna att inse varför de inte får röra sig var än de vill på ön. I områden kring Gustavssvärd, kunde man till exempel ha en infotavla om hur detta vackra landskap för länge sedan var uppbyggt och varför det är viktigt att bevara denna värdefulla kulturhistoriska miljö. Samma information kunde finnas i broschyrer och i färjan.

Den sista idén gällande Visitor Management som togs upp i undersökningen handlade om att begränsa den tid på dygnet som besökarna får vistas på Sveaborg. Även denna idé upplevdes som negativ av majoriteten av respondenterna, och största delen av de som upplevde begränsningen negativ var friluftspicknickgäster. Detta kommer inte som en överraskning eftersom Sveaborg är känt för att fungera som en picknickplats för ungdomar under sena sommarkvällar. Även alkohol förbrukas trots att det är förbjudet enligt ordningsreglerna. Allt detta kan ses som ett problem, speciellt då ön i allmänhet saknar personal under kvällarna. Efter att själv ha spenderat flera kvällar på ön, kan jag konstatera att ordningsreglerna följs betydligt sämre på kvällarna än på dagarna. På kvällarna är så gott som all service på Sveaborg stängt, och därmed hämtar dessa kvällsbesökaren ingen direkt nytta till ön. Själv upplever jag att en UNESCO världsarvsdestination inte är menat för ungdomar att festa, men allt för stränga regler kunde igen ses som negativ marknadsföring. Förvaltningsnämnden för Sveaborg bör själv bestämma vad de upplever som viktigt. Om de vill strängt skydda Sveaborgs känsliga kultur- och naturmiljö kunde det faktiskt vara en möjlighet att begränsa tiden då besökarna får vistas på ön. Om man däremot vill behålla Sveaborg som en öppen statsdel för rekreatjonsbruk, upplever jag att väkter och/eller annan personal borde finnas på ön även under sommarkvällarna för att se till att gästerna beter sig respektfullt.

6.3 Faciliteter för besökaren

För att minska på turismens miljöbelastning, bör destinationen vara planerad och uppbyggd på ett sätt som gynnar hållbar turism. Colin Michael Hall har räknat upp målsättningar för hållbar turism. I kategorin för miljörelaterade målsättningar tas upp både hållbar utnyttjande av naturresurser samt minimering av förfall av resurser. (Hall 2000:14) Fungerande avfallshantering och erbjudande av sorteringsfaciliteter kan ses både som hållbar utnyttjande och minimering av förfall av naturresurser. I många destinationer är avfallshantering och speciellt sorteringsmöjligheterna bristfälliga, speciellt under högsäsongen. Så är fallet också på Sveaborg. Miljögruppen för Sveaborgs Förvaltningsnämnd har i sin miljöplan för åren 2010-2014 konstaterat att en av de största utmaningarna gällande hållbarhet är avfallshantering och sortering. På Sveaborg finns sorteringsmöjligheter för invånarna, men man har endast ”funderat på” sorteringsfaciliteter för besökaren. Senast nu är det dags att börja förverkliga dessa tankar.

I undersökningen framkommer att 57 % av respondenterna som besvarade enkäten upplever att sorteringsmöjligheterna på Sveaborg inte är tillräckliga. Det som mest efterfrågades var sorteringskärl för bioavfall. Det föreslogs att bioavfallet skulle komposteras på ön, vilket jag upplever att är en bra idé, för att undvika onödig trafik, och eftersom myllan kan användas på ön då man till exempel planterar blommor. Komposten kunde skötas av Förvaltningsnämndens avdelning för landskapsskötsel. Det önskades även sorteringsmöjligheter för bland annat glas, metall, plast, papper och energiavfall, samt samling av flaskor och burkar. Även askkoppar saknades. Det var positivt att märka att människornas intresse för sortering var så stort.

I enkäten frågades även om respondenterna skulle sortera sitt avfall på Sveaborg ifall det fanns möjlighet, och där svarade till och med 68 % att de skulle sortera sitt avfall. Ytterligare 30 % skulle sortera sitt avfall ifall sorteringskärl fanns lätt tillgängliga. Följande fråga gäller då vad ”lätt tillgängligt” betyder. I enkäten frågades ifall respondenterna skulle vara färdiga att bära med ditt avfall till Salutorget, ifall där fanns sorteringskärl. Av de respondenter som hade svarat att de skulle sortera sitt avfall ifall det var

möjligt, var enbart hälften färdiga att bära med sitt avfall till Salutorget. Detta tyder på att sorteringsmöjligheter bör finnas tillgängliga på ön. En del respondenter tog ställning till sorteringskärlens placering. Det saknades sorteringskärl bland annat vid picknickområden, simstranden, gästhamnen och vid färghamnen. Jag upplever att alla dessa idéer är bra. En sorteringsplats nära Pipers park, kunde fungera som en gemensam sorteringsplats för simstranden och de viktigast picknickområden. En idé kunde också vara att samarbeta med lokala tjänsteleverantörer, i detta fall till exempel caféer och restauranger. På Gustavsfärd finns restaurang Wallhalla och pizzerian Nikolaj. I Pipers park finns café Piper, i gästhamnen finns café Valimo och vid färghamnen restaurang Panimo. Kunde dessa restauranger göra sin avfallshantering även öppen för besökarna? Då kunde man undvika att bygga nya sorteringsfaciliteter ifall de ses som ett problem, till exempel som visuella disattraktioner. Utöver dessa sorteringsstationer skulle det räcka att man placerar enstaka skräpkorgar vid de viktigaste farlederna.

Det som även togs upp i öppna frågan om allmänna förbättringsförslag var att sorteringskärlen bör ha enkel men detaljerad information om hur man sorterar rätt, vilket jag upplever att är en ytterst viktig poäng. Det föreslogs också att man kunde marknadsföra positivt minimering av avfall. Minimering av mängden avfall tas även upp i råden för hållbara turister, utarbetade av Reilun Matkailun Yhdistys. Man kan alltså konstatera att intresse för sortering finns, men man måste komma ihåg att det är alltid lättare sagt än gjort. Enligt Swarbrooke upplever man som turist semestern ofta som en paus till vardagliga skyldigheter, och detta kan leda till ytterligare vårdslöshet både gällande sortering och annat beteende. Det är ändå destinationens skyldighet att bjuda på möjligheter och faciliteter till hållbart resande, och därför är det ytterst viktigt att sorteringsmöjligheterna på Sveaborg förbättras.

I frågan gällande förbättringsförslag önskades även att man skulle fundera på mer miljövänliga och energieffektiva alternativ till färghafiken till Sveaborg. De mest realistiska förslagen var att ha vattenbussen och åka mer sällan, till exempel med 45 minuters eller en timmes mellanrum. På soliga sommardagar är trots allt både vattenbussen och färjorna proppfulla, och att minska på trafiken kunde leda till långa köer och missnöjda

kunder. Däremot kunde man nog fundera på ifall vattenbussen kunde åka mer sällan då vädret är sämre. Man måste dock komma ihåg att ifall man önskar att utvidga säsongen även utanför varma sommardagarna, är det inte nödvändigtvis en bra idé att minska på trafiken. Att över huvudtaget begränsa HRT färjan, som är en del av Helsingfors kollektivtrafik, ser jag inte som ett alternativ, då färjan betjänar i första hand Sveaborgs invånare. Mer ambitiösa förbättringsförslag gällande trafiken till Sveaborg var bland annat användning av solpaneler, segelbåtar eller att man skulle bygga en bro. Av dessa idéer upplever jag att solpaneler är något man faktiskt kunde ta på allvar. En respondent fäste uppmärksamheten till trafiken på ön, och önskade att man skulle begränsa biltrafiken på Sveaborg. Detta är, enligt miljöplanen, något man i Förvaltningsnämnden för Sveaborg redan hårt jobbar för.

Övriga idéer som togs upp och som jag själv upplever att kunde faktiskt förverkligas på ön var användning av vindkraft, att bygga miljövänliga toaletter och att utvidga säsongen. En väsentlig del inom miljömässig hållbarhet är hållbar utnyttjande av naturresurser, och som vi vet är vindkraft en förnybar naturresurs och därmed hållbar energikälla. Det hur vindkraft på Sveaborg skulle fungera i praktiken får någon expert i frågan ta ställning till. Under livligaste sommarsäsongen är toalettfaciliteterna på ön inte tillräckliga, och därmed håller jag med om att man kunde fundera på miljövänliga alternativ för toaletter, som möjligen kunde tas i bruk enbart på sommaren. I den om att utvidga säsongen är även något som jag upplever att Förvaltningsnämnden för Sveaborg bör sträva efter. Eftersom undersökningen gjordes under sommaren, hade alla respondenter besökt Sveaborg under sommaren. Den näst populäraste årstiden är höst, och detta visar att det möjligen kunde vara värt att försöka utvidga sommarsäsongen till senare höst. För tillfälle tystnar ön redan i september, men ifall mera tjänster fanns tillgängliga och genom att marknadsföra Sveaborgs ytterst vackra höst kunde man tänka sig utvidga säsongen med till och med en månad. Finländarna visade även intresse för att besöka Sveaborg under vintertid, och detta kan man se som en möjlighet då man funderar på marknadsföring av vintersäsongen. Enligt undersökningen våren var den minst populära årstiden att besöka Sveaborg. Då man ser på besökarantalen från år 2011 (Se tabell 1, s. 37) märker man att Sveaborg trots allt haft mera besökare under vårsäsongen än höstsäsongen. Detta kan förklaras med två faktorer. För det första har Förvaltningsnämnden för Svea-

borg valt att dela upp säsongen från januari-april, maj-augusti och september-december. Eftersom vintern nuförtiden kommer rätt så sent till Finland, kan man anta att många respondenter som svarade att de hade besökt/kunde tänka sig söka Sveaborg på vintern, menade då tiden omkring december-mars, och därmed syns i statistiken på vårsäsongens sida. För det andra besöks Sveaborg på våren mycket av skolgrupper och arbetsplatser ordnar sina rekreationsdagar där. Detta höjer på besöksantalen på vårsäsongen trots att ”vanliga” turister finns mindre av. Att marknadsföra och erbjuda mångsidig program för skolgrupper och rekreationsdagar är bra sätt att utvidga på säsongen, och dessa tillfällen kunde även ytterligare utnyttjas genom att ”i smyg” utbilda och informera besökarna om miljövänligt beteende på ön. Dessa besökarna kan åtminstone till en viss del antas återvända till destinationen förr eller senare, och då skulle dessa besökarna redan vara väl informerade om hur man beter sig miljömässigt hållbart på Sveaborg.

6.4 Konklusion

Det finns många möjligheter att hantera turismens negativa miljöpåverkan på Sveaborg. Det är mycket som besökarna kan och är villiga att göra själv, men Förvaltningsnämnden för Sveaborg bör erbjuda information och faciliteter för att detta kan förverkligas. För det första bör information om miljövänliga val och regler för miljövänlig vistelse finnas tillgängligt för alla, utan att man som besökare behöver leta upp den informationen. Exempelvis kunde information finnas i audiovisuell form på färjan, som skyltar på själva ön och möjligen tillgängliga på mobiltelefoner. Förvaltningsnämnden kunde även marknadsföra sitt miljöstyrningsprogram mera, och ha information tillgängligt om hur de själv jobbar för en mer miljömässigt hållbar destination. På detta sätt kan Sveaborg fungera som exempel för andra destinationer. Det att Förvaltningsnämnden för Sveaborg har fått WWF Green Office certifikatet är bland annat något man kunde marknadsföra mera. I miljöstyrningsprogrammet bör utbildandet av personalen tillhöra som en viktig del. För övrigt hoppas jag att miljögruppen fortsätter med sitt värdefulla arbete och koncentrerar sig på att komma på nya och innovativa idéer, till exempel genom benchmarking. Faciliteter som Förvaltningsnämnden bör erbjuda besökarna, är för det första sorteringskärl. En kompost kunde byggas på ön och möjligen miljövänliga toaletter. Man kunde även fundera på ifall solpaneler eller vindkraft kunde utnyttjas på ön.

Man kunde dessutom uppmuntra olika tjänsteleverantörer på ön att arbeta för energisnålare och miljövänligare verksamhet.

Som sammanfattning gällande Visitor Management kan man enbart konstatera att respondenterna, som förväntat, i allmänhet ställt sig rätt så negativt till alla nya idéer. Man kan ändå anta att dessa begränsningar som föreslog knappast skulle dramatiskt minska på de besökarna som Sveaborg faktiskt har någon nytta av, det vill säga besökaren som använder tjänster på ön. Visitor Management kunde utövas till exempel genom prissättning. Att ha en inträdesavgift till Sveaborg på sommaren, och genom att man betalar avgiften, har man möjlighet att bekanta sig till exempel med två valfria museer. Ett annat alternativ kunde vara att begränsa mängden besökaren per dag, eller tiden på dygnet då besökarna får vistas på ön. Ifall man i framtiden vill behålla Sveaborg öppen för besökaren även på kvällar och nätter, kunde det vara bra att ha någon form av personal/ väkter som övervakar beteendet speciellt hos ungdomarna som spenderar sena sommarkvällar i destinationen. Det finns med andra ord mycket man kan göra för att skydda miljön, men det är Förvaltningsnämnden för Sveaborg som själv måste välja vilka åtgärder som passar in i deras vision och ideologi. Själv upplever jag att i stället för stränga begränsningar bör man sträva efter att sprida information, fungera som exempel för innovativa idéer, väcka tankar och diskussion och uppmuntra tjänsteleverantörerna att delta i arbetet.

7 AVSLUTNING

I detta kapitel diskuteras undersökningens reliabilitet och validitet, samt vad som kunde ha gjorts bättre eller på ett annat sätt. Därefter diskuteras möjliga framtida forskningsämnen gällande hållbarhet i destinationen Sveaborg. Kapitlet avslutas med skribentens slutord.

7.1 Reliabilitet och validitet

Då man utför en undersökning finns det alltid en risk att det sker systematiska eller slumpmässiga fel vid utvecklingen av frågeställningen eller vid insamlingen av information. Med reliabilitet avses hur noggrant mätningarna har utförts och hur noggrant bearbetningen av informationen har skett. Med validitet däremot avses i vilken utsträckning den insamlade informationen svarar på undersökningens frågeställning. (Holme & Solvang 1997: 163, 167)

För att få hög reliabilitet i sin undersökning bör man vara uppmärksam under hela forskningsprocessen. Första utmaningen är att formulera enkäten på ett fungerande sätt. Svarsalternativen måste vara uttömmande, lätt begripliga och frågorna får inte vara för ledande. (Holme & Solvang 1997: 164) Följande steg är att utföra undersökningen så att mätningresultaten inte påverkas av vem som utför undersökningen eller de omständigheter som råder då undersökningen utförs. (Lundahl & Skärvad 1999:152)

Enkäten som användes i undersökningen var fungerande och lämplig för situationen. Enkäten var endast en tvåsidig A4, lätt att hantera och snabb att fylla i. I största delen av frågorna skulle man enbart kryssa i rätt svarsalternativ, men enkäten innehöll även 2 öppna frågor. Trots att enkäten i sin helhet var praktisk och användbar, har jag nu i efterhand kommit på flera förbättringsförslag till enkäten. För det första var frågan om besökets längd sist och slutligen onödig, eftersom den inte användes till att analysera något desto djupare. Frågan togs med i enkäten ursprungligen eftersom vi ville använda samma frågor gällande bakgrundsvariabler, som Förvaltningsnämnden för Sveaborg

brukar använda i sina regelbundna serviceundersökningar. På detta sätt kan man möjligen i framtiden jämföra dessa undersökningar och dess respondenter sinsemellan. De övriga frågorna gällande bakgrundsvariabler var däremot lämpliga även för denna undersökning.

Frågan gällande säsongbundenhet blev egentligen rätt så intetsägende. Frågan handlade om under vilka årstider man har besökt/ kunde tänka sig besöka Sveaborg. Denna fråga borde antingen ha varit uppdelad i två skilda frågor, eller ytterligare uppdelad noggrannare i månader. På detta sätt kunde man ha fått mera användbar information gällande efterfrågan för utvidgandet av säsongen. Även frågan gällande om Sveaborg satsar på miljövänlighet blev rätt så vag. Miljövänlighet upplevs på olika sätt av olika människor, och därför kunde man i stället ha frågat hur respondenten upplever att Sveaborg satsar på miljövänlighet. Vi frågade även ifall respondenterna upplever att de fått tillräckligt med information om hur man besöker Sveaborg miljövänligt. Denna fråga har antagligen tolkats på olika sätt av respondenterna. En del hade tolkat ordningsreglerna som information av detta slag, medan de som upplevde att information inte över huvudtaget fanns tillgängligt, hade knappast kopplat ordningsreglerna ihop med miljövänlighet. Man kunde därför i stället ha frågat ifall besökaren hade bekantat sig med ordningsreglerna.

I efterhand upptäcktes även en fråga vara formulerad på ett en aning ledande sätt. Först frågades i enkäten ifall respondenten upplever att sorteringsmöjligheterna på Sveaborg är tillräckliga, och därefter ifall respondenten skulle sortera sitt avfall på Sveaborg ifall det fanns möjlighet. Den senare frågan avslöjar egentligen att sorteringsmöjligheterna på ön är bristfälliga. Det som ändå räddar situationen en aning är att respondenten högst antagligen först har svarat på den frågan som var först i ordning. Dessutom måste respondenten vända sida på enkäten mellan frågorna, vilket kan ha orsakat att respondenten inte lika starkt kopplade ihop dessa frågor.

Det är viktigt att komma ihåg att undersökningar av detta slag alltid är beroende av respondenternas ärlighet. (Veal 1997: 145) I detta fall kan respondenternas ärlighet i viss mån ifrågasättas, eftersom respondenterna i allmänhet fyllde i enkäterna i sällskap. Få enkäter var trots allt totalt identiska, vilket tyder på att respondenterna inte allt för mycket har låtit sällskapets tryck påverka svaren. Då man undersöker miljöfrågor som är starkt kopplade till etisk och moral finns det även en risk att människor svarar så som de tror att man bör svara för att vara en ”god människa”. Det var en orsak till att vi valde att utföra undersökningen som en kvantitativ undersökning där svaren behandlas konfidentiellt. Överlag upplever jag trots allt att undersökningens reliabilitet var rätt så god.

Validitet mäter i vilken utsträckning den insamlade informationen svarar på undersökningens frågeställning. Där upplever jag ha lyckats bra. Syftet med arbetet var att kartlägga vad resenärerna samt Förvaltningsnämnden för Sveabor kan, bör och är färdiga att göra för att turismen på Sveaborg i framtiden skulle vara miljömässigt så hållbart som möjligt. Denna undersökning koncentrerade sig på besökarnas vilja och färdighet att besöka Sveaborg miljövänligt. För att besökarna skall kunna besöka Sveaborg miljövänligt bör destinationen vara planerad på ett sätt som gynnar hållbar och miljövänlig turism, och där kommer Förvaltningsnämndens roll och ansvar fram. Jag upplever att den insamlade informationen gav mycket användbar information om på vilket sätt Sveaborg kunde utvecklas till att vara en mer miljömässigt hållbar destination.

Delsyftet med undersökningen var att kartlägga hurdana miljöeffekter turismen på Sveaborg i allmänhet har, vad dessa beror på, och hur negativa miljöeffekterna kunde minimeras. Frågan gällande hurdana miljöeffekter turismen på Sveaborg i allmänhet har och vad dessa beror på, besvarades närmast i teoridelen av arbetet, där hållbar turism behandlades på en allmän nivå, samt i metodkapitlet där nuläget på Sveaborg kartlagdes. För att besvara den frågan hade jag stor nytta av egna erfarenheter och kontakter.

7.2 Fortsatt forskning

Förvaltningsnämnden för Sveaborg utför regelbundet serviceundersökningar som besökarna får svara på. Jag upplever att man bra kunde tillägga i frågeformuläret även en fråga gällande hållbar turism. Människor i dagens läge är miljömedvetna och erfarna resenärer och man bör inte undervärdera deras erfarenheter och idéer gällande hållbart och miljövänligt resande. Man kunde till exempel tillägga i enkäten en fråga om hur respondenten upplever att turismen på Sveaborg kunde utvecklas till mer miljövänligt.

För övrigt kan man konstatera att Förvaltningsnämndens miljögrupp har situationen under kontroll, och enligt miljöplanen har miljögruppen bundit sig till att följa med och styra att miljöplanen förverkligas, samt att årligen rapportera om de åtgärder som vidtagits. Jag önskar att miljögruppen fortsätter med sitt värdefulla arbete, och fördomsfritt, öppet och ambitiöst arbetar för att hitta nya lösningar för en mer hållbar och miljövänlig framtid. Jag rekommenderar varmt att Förvaltningsnämnden för Sveaborg även i framtiden är öppna för samarbete med studeranden och läroanstalter bland annat i form av handledning av examensarbeten.

7.3 Slutord

Denna undersökningsprocess har varit givande, inspirerande och utmanande. Då jag ursprungligen började fundera vad jag kunde skriva mitt examensarbete om, hade jag klart för mig att någon måste ha nytta av mitt arbete. För det andra upplevde jag att ämnet jag forskar i måste vara något som jag själv upplever viktigt. Miljöfrågor har sedan lågstadiet varit nära mitt hjärta, och ju mera man har studerat i ämnet desto starkare har intresset för heltäckande hållbarhet blivit. Detta intresse har speglats även i mina turismstudier och därför kändes det naturligt att slutföra min examen med ett arbete som tangerar hållbar turism. Sveaborg däremot har ett speciellt känslavärde för mig, och i och med att jag kände personal från Förvaltningsnämnden för Sveaborg, var det lätt att inleda detta samarbete. Jag upplever att Samarbetet med Förvaltningsnämnden för Sveaborg har fungerat utmärkt och jag har alltid fått den stöd jag behövt. Arbetet har motsvarat det uppdrag jag fick, och jag ser fram emot att presentera mina resultat till

Förvaltningsnämndens miljögrupp. Jag hoppas att min undersökning kommer att vara till nytta för miljögruppen i framtiden. Till sist kan jag enbart konstatera att arbetsprocessen har varit utmanande, men gett mig mycket idéer och inspiration för framtida studier och till arbetslivet.

8 KÄLLOR

Begon Michael, Townsend Colin R., Harper John L.. 2006, *Ecology : from individuals to ecosystems*, 4 uppl. Malden: Blackwell Publishing, s. 745

Cooper Chris, Fletcher John, Fyall Alan, Gilbert David, Wanhill Stephen. 2008, *Tourism, principles and practice*, 4 uppl. Harlow: Pearson Education Limited, s. 704

Forststyrelsen 2010, Uppdaterad 26.11.2010, Tillgänglig:
<http://www.metsa.fi/sivustot/metsa/fi/Hankkeet/Rakennerahastohankkeet/ElimyssaloltaVienansalolle/Kestavakehitys/Sivut/Kestavakehitys.aspx> Hämtad: 20.2.2011

Fyall, Ala, Garrod, Brian, Leask, Anna, Wanhill, Stephen. Managing visitor attractions, new directions, 2008 2 uppl. Oxford: Elsevier, s. 364

Förvaltningsnämnden för Sveaborg. 2011, Tillgänglig:
http://www.suomenlinna.fi/suomenlinnan_hoitokunta/hoitokunnan_tehtavat/matkailun_koordinointi Hämtad: 20.2.2011

Hall, Colin Michael. 2000, *Tourism planning, Policies, Processes and Relationships*, Harlow: Pearson Education Limited, s.236

Hall, Colin Michael. 2008, *Tourism planning, Policies, Processes and Relationships*, 2 uppl., Harlow: Pearson Education Limited, s.302

Hall, Colin Michael, Lew, Alan A. 2009, Understanding and managing tourism impacts: an integrated approach, Oxon: Routledge, s. 365. Tillgänglig:
http://books.google.fi/books?id=xSwdkdfauZEC&pg=PA267&lpg=PA267&dq=sustainable+tourism+values+and+principles+michael+hall&source=bl&ots=7RNR3JX0fG&sig=8BTEd1r3_ta1MH-5M7tAviIAuAo&hl=fi&ei=W9fTdPiINGaOvnl0MgN&sa=X&oi=book_result&ct=res ult&resnum=8&ved=0CEkQ6AEwBw#v=onepage&q&f=false

Hemmi, Jorma. 1995, *Ympäristö- ja luontomatkailu*, Karleby: KP Paino, s.357

Holden, Andrew. 2000, *Environment and Tourism*, Florence: Routledge, s.245

Jacobsen, Dag Ingvar. 2007, *Förståelse, beskrivning och förklaring. Introduktion till samhällsvetenskaplig metod för hälsovård och socialt arbete*, Lund: Studentlitteratur AB, s. 48, 114-115

Kalmari, Heidi, Kelola, Kati. 2009, *Vastuullisen matkailijan käsikirja*, Helsingfors: Image Kustannus Oy, s.183

Leask Anna, Fyall Alan 2006, *Managing World Heritage Sites*, Oxford: Elsevier, s.294

Lundahl, Ulf. Skärvad, Per-Hugo. 1999, *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*, Lund: studentlitteratur, s. 152

Miljöministeriet. 2011, Updaterad 17.2.2011, Tillgänglig: <http://www.ymparisto.fi/default.asp?node=4259&lan=sv> Hämtad: 20.2.2011

Pedersen, Arthur. 2002, *Managing tourism at World Heritage Sites, Practical manual for world heritage sites managers*, Paris: UNESCO World Heritage center, s. 96. Tillgänglig: <http://whc.unesco.org/uploads/activities/documents/activity-113-2.pdf>

Reilun matkailun yhdistys. 2009, Reilun matkailijan vinkit, Tillgänglig: http://wordpress.reilumatkailu.fi/?page_id=35 Hämtad: 20.2.2011

Ritchie, J. R. Brent Crouch, G. I. Ritchie, J. R. 2005, *Competitive Destination : A Sustainable Tourism Perspective*, Wallingford: CABI Publishing, s.290

Statistikcentralen 2011, Tillgänglig http://www.stat.fi/til/rajat/kas_sv.html Hämtad 5.3.2011

Suomenlinnan Hoitokunta. 2010, *Suomenlinnan kunnostus ja uusi käyttö*, Helsinki: Lönnberg Painot OY, s. 17

Swarbrooke, John. 2004, *Sustainable Tourism Management*, Wallingford: CABI Publishing, s.371

UNESCO World Heritage Centre 2011, Tillgänglig <http://whc.unesco.org/en/convention> Hämtad 5.3.2011

United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry, and Economics. 2011, Tillgänglig: <http://www.unep.fr/scp/tourism/topics/climatechange/> Hämtad. 20.2.2011

Valkeisenmäki, Iina. 2010, *Suomenlinnan hoitokunta, Ympäristösuunnitelma vuosille 2010- 2014*

Veal, A J.1997, *Research Methods for Leisure and Tourism, A Practical Guide*. London: Financial Times Management. s. 145

Walker David, Pitt Michael and Thakur Urmila Jha 2007, Environmental management systems, Information management and corporate responsibility, Liverpool: John Moores University

BILAGA 1. Frågeformulär på finska

Kyselylomake

Kirjoitan opinnäytetyötä ammattikorkeakoulu Arcadalle, ja tutkin yhteistyössä Suomenlinnan Hoitokunnan kanssa matkailun aiheuttamia ympäristöhaittoja Suomenlinnassa, sekä tapoja ehkäistä niitä. Olen kiinnostunut kuulemaan Sinun näkemyksesi Suomenlinnasta ympäristöystävällisenä matkakohteena, sekä keinoista ehkäistä matkailun negatiivisia vaikutuksia. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti. Kiitos ajastasi ja ajatuksistasi!

1. Pääasiallinen matkan syy?

- ☐ Ulkoilu/ uiminen/ piknik
- ☐ nähtävyydet/museot
- ☐ kuvataide/ musiikki/teatteriesitys
- ☐ kokous/työ
- ☐ opiskelu/harrastus
- ☐ juhlatilaisuus
- ☐ kahvilassa/ ravintolassa käynti

2. Käyntikerrat Suomenlinnassa?

- ☐ Ensimmäinen kerta
- ☐ 1-4 kertaa
- ☐ 5-10 kertaa
- ☐ Yli 10 kertaa

3. Viipyminen Suomenlinnassa

- ☐ 1-2 h
- ☐ 3-5 h
- ☐ yli 5 h

4. Hankitko tietoa kohteesta etukäteen?

- ☐ Ei, en ole kiinnostunut

- ☐ En, koen että tiedän Suomenlinnasta riittävästi
- ☐ Kyllä, sain tietoa ystäviltä ja tuttavilta
- ☐ Kyllä, hankin tietoa Internetistä
- ☐ Kyllä, hankin tietoa esitteistä
- ☐ Kyllä, hankin tietoa Suomenlinna keskuksesta

5. Oletko vierailut/ voisitko kuvitella vierailevasi Suomenlinnassa:

- ☐ kesällä
- ☐ syksyllä
- ☐ talvella
- ☐ keväällä

6. Suomenlinnassa panostetaan ympäristöystävällisyyteen.

- ☐ Eri mieltä
- ☐ Osittain eri mieltä
- ☐ Ei mielipidettä
- ☐ Osittain samaa mieltä
- ☐ Samaa mieltä

7. Koetko saaneesi riittävästi tietoa siitä miten Suomenlinnassa matkustetaan ympäristöystävällisesti?

- ☐ Kyllä, tietoa oli helposti saatavilla
- ☐ Kyllä, sain tietoa kun sitä etsin/pyysin
- ☐ Ei, tietoa ei ollut saatavilla
- ☐ En etsinyt/ kaivannut tietoa

8. Koetko että jätteiden lajittelumahdollisuudet Suomenlinnassa ovat riittävät?

- ☐ Kyllä
- ☐ Ei
- ☐ En osaa sanoa

9. Lajittelisitko jätteesi Suomenlinnassa jos siihen olisi mahdollisuus?

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

10. Olisitko valmis kantamaan jätteesi mukanasi Kauppatorille, jos siellä olisi lajittelumahdollisuus?

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En osaa sanoa

11. Mitä lajittelumahdollisuuksia Suomenlinnasta puuttuu?

12. Miten matkailuelämykseesi vaikuttaisi jos Suomenlinnassa rajoitettaisiin kävijöiden määrää?

- ☐ Negatiivisesti
- ☐ Osittain negatiivisesti
- ☐ Neutraalisti
- ☐ Osittain positiivisesti
- ☐ Positiivisesti

13. Miten matkailuelämykseesi vaikuttaisi jos Suomenlinnaan olisi sisäänpääsymaksu? (lauttalipun lisäksi)

- ☐ Negatiivisesti
- ☐ Osittain negatiivisesti
- ☐ Neutraalisti

- ☐ Osittain positiivisesti
- ☐ Positiivisesti

14. Miten matkailuelämykseesi vaikuttaisi jos vierailijat pääsisivät liikumaan vain rajatulla alueella Suomenlinnassa?

- ☐ Negatiivisesti
- ☐ Osittain negatiivisesti
- ☐ Neutraalisti
- ☐ Osittain positiivisesti
- ☐ Positiivisesti

15. Miten matkailuelämykseesi vaikuttaisi jos matkailijoilta olisi sallittu pääsy Suomenlinnaan vain tiettyyn vuorokaudenaikaan?

- ☐ Negatiivisesti
- ☐ Osittain negatiivisesti
- ☐ Neutraalisti
- ☐ Osittain positiivisesti
- ☐ Positiivisesti

16. Miten vierailuja Suomenlinnaan voisi mielestäsi kehittää ympäristöystävällisemmäksi?

KIITOS!

BILAGA 2. Frågeformulär på engelska

Suomenlinna as an environment friendly destination

I am writing my thesis about the effects tourism has on the environment in Suomenlinna. I am interested in hearing Your opinion about Suomenlinna as an environment friendly destination and about ways to prevent environmental damage. This research is made in co-operation with The Governing Body of Suomenlinna and the Arcada University of applied sciences. The answers will be treated confidentially. Thank you for your time and thoughts!

1. The main reason for your visit?

- ☐ Outdoor activities/ swimming/ picnic
- ☐ attractions/museums
- ☐ art/ music/theater
- ☐ work/meeting
- ☐ studying/hobby
- ☐ festivity/ party
- ☐ restaurant/cafe

2. How often have you visited Suomenlinna?

- ☐ this was my first visit
- ☐ 1-4 visits
- ☐ 5-10 visits
- ☐ Over 10 visits

3. Duration of your visit

- ☐ 1-2 h
- ☐ 3-5 h
- ☐ over 5 h

4. Did you obtain information about Suomenlinna in advance?

- ☐ No, I am not interested

- ☐ No, I know everything I need about Suomenlinna
- ☐ Yes, my friends gave me information
- ☐ Yes, I obtained information from Internet
- ☐ Yes, I obtained information from a brochure
- ☐ Yes, I obtained information from the information centre in Suomenlinna

5. Have you visited/ could you visit Suomenlinna:

- ☐ during summertime
- ☐ during autumn
- ☐ during wintertime
- ☐ during spring

6. Suomenlinna has invested in environmental friendliness.

- ☐ disagree
- ☐ partly disagree
- ☐ no opinion
- ☐ partly agree
- ☐ agree

7. Do you feel that you have obtained enough information about how to visit Suomenlinna environment friendly?

- ☐ yes, it was easy to find information
- ☐ yes, I found information when i searched/ asked
- ☐ No information was provided
- ☐ I did not search for information

8. Do you feel that the waste sorting possibilities are sufficient in Suomenlinna?

- ☐ Yes
- ☐ No

9. Would you sort your waste in case there were possibilities?

- ☐ Yes, definitely
- ☐ Yes, if there was sorting trays within easy reach
- ☐ No, I would not sort my waste

10. Would you bring your waste back to the Market Square, if there were sorting possibilities?

- ☐ Yes
- ☐ No

11. What kinds of sorting possibilities are missing from Suomenlinna?

12. How would your experience be affected if the amount of visitors per day was limited in Suomenlinna?

- ☐ Negatively, I would not visit Suomenlinna
- ☐ Partly negatively, but I would still visit Suomenlinna
- ☐ Neutrally, this would not affect my experience
- ☐ Positively, my experience would be better

13. How would your experience be affected if there was an entrance fee to Suomenlinna? (in addition to the ferry ticket)

- ☐ Negatively, I would not visit Suomenlinna
- ☐ Partly negatively, but I would still visit Suomenlinna
- ☐ Neutrally, this would not affect my experience
- ☐ Positively, my experience would be better

14. How would your experience be affected if the visitors were allowed to visit only a limited area of the island?

- ☐ Negatively, I would not visit Suomenlinna
- ☐ Partly negatively, but I would still visit Suomenlinna
- ☐ Neutrally, this would not affect my experience
- ☐ Positively, my experience would be better

15. How would your experience be affected if the visitors were allowed to visit Suomenlinna only during a limited time of the day?

- ☐ Negatively, I would not visit Suomenlinna
- ☐ Partly negatively, but I would still visit Suomenlinna
- ☐ Neutrally, this would not affect my experience
- ☐ Positively, my experience would be better

16. How could Suomenlinna become a more environment friendly destination?

THANK YOU!

BILAGA 3. Öppna svar i fråga 11

everything except normal garbage

more waste cans

Enough, but not everyone makes use of it

recycling for tourists e.g. like in shopping malls.

Plastic, bio etc.

we had no rubbish

I think so lots of cans

insufficent number of waste-collection points

more recycling bins for various waste

clear info for tourists

roskiksia

did not trash anything, so have no opinion

en tiedä, en ollut piknikillä

tyhjien pullojen/tölkkien palautuspisteet

ei riittävästi lajitteluroskiksia

recycling bins

mielestäni ei ole riittävästi englanninkielisiä kylttejä kirkon kohdalla.

metalli

roskien lajittelu

paikallinen biojättekäsittely? Metalli? Muut?

tuhkakupit,tupakantumppeja joka paikassa. Lisäksi ajoittain tuli vaikutelma kaatopaikasta kaikkine romuineen

tuhkakupit

kierrätysastiat eri materiaaleille, erityisesti lasi

Useammassa paikassa mahdollisuus lajitteluun -
> roskiksia kyllä löytyy, mutta sekajäte

lajittelu vierassatamassa. Lajittelupiste sijaitsee kaukana

en nähnyt niissä pisteissä joissa kävin muita astioita kun sekajäte

kaikki paitsi sekajäte

Jätteiden lajittelupisteitä enemmän piknik-paikoille ja laitureille infoa lajittelusta

roskikset

Roskakoreja pitäisi laittaa lisää. Kukat, kauniit istutukset, riittävästi pitäisi olla istutuksia. Kaikkia kohteita ei ole riittävästi informoitu, siis ei löytynyt kaikkia

Vähän roskiksia

roskis uimarannalta ja lasinkeräys

Lajittelupisteitä ei juurikaan ole

Näin vain yhden roskiksen, ei lajittelupisteitä. Muutenkin roskikset ovat joko hyvin sijoitettu niin etteivät ne pistäneet silmään, tai sitten niitä ei vain ollut kovin montaa.

Oliko bio-,energia- ja kaatopaikkajäteastiat rinnakkain erikseen? En nähnyt...

Enemmän roskiksia, selvät merkinnät

Ulkoroskiksia

Lasien erottelu ok, mut muuta ei ollut siinä roskiksilla

Biojäte, paperinkeräys, lasinkeräys, muovipullot

Roskakoreja, kierrätysmahdollisuutta.

Telakalle ongelmajätteiden lajittelu

Roskiksia ja tuhkakuppeja lisää.

en huomannut lajittelupisteitä

tölkit

lajittelupisteitä roskille

roskikset kaikki lajittelulla (energia, metalli,
bio, pantilliset pullot)

lajittelu

BILAGA 4. Öppna svar i fråga 16

More waste sorting. Less visitors during summer, more during winter

More info so that stupid tourists know how to behave

If people cleaned more and threw their waste in waste bins

More garbage cans

Ban smoking

"green" transport to and from the island. (the boats are very energyinefficient)

NAMES FOR THE PLANTS. More info on conservation efforts

Use sailboats

Eco-friendly toilets

By letting people know more on how you focus on it

It's already ok!

this survey was not not ecofriendly, too much paper printed. Should be done on internet. Great topic tough!

?

Great as it is. Maybe more reindeer would be nice.

Enemmän roskiksia. Pullonpalutuspiste.

enemmän lajitteluroskiksia

siivota laivanraatoja pois

enemmän lajittelupisteitä

lisää kierrätysastioita/ paremmat kierrätysmahdollisuudet, rajata tiettyjä luonnonalueita

Lajittelun parantaminen, liikenteen rajoittaminen(työajoneuvot ym.), tietoa esille turisteille (mitä voi tehdä, miksi tärkeää)

enemmän käymälöitä, lajittelupisteitä
HELPOILLA opasteilla (esim saaristomereillä on astia jossa lukee **POLTETTAVAT** mutta en minä tiedä mikä on PVC-muovi joka on kielletty) Merkityt piknikalueet joihin myydään lippuja -> vähentää ehkä roskaamista

Vaikka roskikset ovatkin rumia, niitä voisi ehkä olla useammassa paikassa kuin nyt. Roskaamisesta voisi ehkä antaa

pienen sakon.

lautoihin aurinkopaneelit, tuulivoimaa saarelle, KOMPOSTI saarelle.

Toivoisin info lasten vanhemmille esim. kylttien muodossa, että lapsia ei kannattaisi päästää lähelle valkoposkiahania, varsinkin silloin kun poikasia on paikalla. Linnut voivat hyökätä lasten päälle.

Viihtyisyyttä tulisi lisätä esim kukin, liian karua eli askeettista.

Arinkopaneeleita ja tuulivoimaa merelle

Roskienlajittelumahdollisuudet paremmaksi

Vesibussi voisi kulea 45 min välein, vaikka kyllä 30 min on myös ihan hyvä aikaväli.

Vesibussi voisi kulkea vaikka vain tunnin välein, tai rakennetaanpa vaikka silta :D

Poistamalla roskat tykin piipusta

Pohtimalla lauttamatkoille ekologisempaa vaihtoehtoa, markkinoimalla jätteettömyyttä positiivisesti.

Lajittelupisteitä, tietoa miten suojella luontoa, enemmän roskiksia

Enemmän tietoa esillä siitä, miten kohteesta yritetään tehdä ympäristöystävällinen. Lisää lajittelumahdollisuuksia!

Kehittämällä jätteidenlajittelumahdollisuutta, enemmän jättepisteitä.

lajittelu

Pistäkää Mia paikkoihin :D

jätteiden lajittelu

Saaren yrittäjien tulee myös toimia ympäristöystävällisesti. Roskikset on myös tyhjennettävä säännöllisesti.